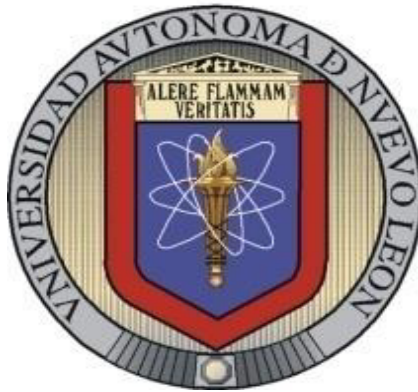


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**



**TESIS**

**“LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL PERCIBIDA POR LOS ESTUDIANTES DE LA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN”**

**QUE PRESENTA**

**EVA LETICIA GORJÓN AGUILAR**

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR  
EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**SEPTIEMBRE, 2017**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**



**TESIS**

**“LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL PERCIBIDA POR LOS  
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN”**

**QUE PRESENTA**

**EVA LETICIA GORJÓN AGUILAR**

**PARA OBTENER EL GRADO DE  
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ORIENTACIÓN  
EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**DIRECTOR DE TESIS  
DR. JOSÉ SEGOVIANO HERNÁNDEZ**

**MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO**

**SEPTIEMBRE DE 2017**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



DOCTORADO EN FILOSOFÍA CON ACENTUACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS

Los integrantes del H. Jurado examinador de la sustentante:

**EVA LETICIA GORJÓN AGUILAR**

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

**“La Responsabilidad Ambiental Percibida Por Los Estudiantes De La Universidad Autónoma De Nuevo León”**

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

\_\_\_\_\_

Nombre

Presidente

\_\_\_\_\_

Nombre

Secretario

\_\_\_\_\_

Nombre

Primer Vocal

\_\_\_\_\_

Nombre

Segundo Vocal

\_\_\_\_\_

Nombre

Tercer Vocal

Monterrey, Nuevo León, México

a septiembre de 2017

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Declaro que el presente documento es fruto de mi propio trabajo y hasta donde estoy enterada no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el reconocimiento y los he citado en la bibliografía o referencias.

Declaro además, que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución, ha sido financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y dirigido por el Dr. José Segoviano Hernández.

Nombre: Eva Leticia Gorjón Aguilar

Fecha:

Firma:

## **Dedicatoria**

Para mis amores: Alberto y Dante, mi luz y mi vida.

## **Agradecimientos**

Este proyecto es el resultado de la colaboración de diversas mentes en conjunto, así como los numerosos esfuerzos necesarios para llevar a cabo este trabajo, es por ello que quiero agradecer a todos y cada uno de ellos.

Primeramente, a mi familia nuclear, por siempre impulsarme a crecer y poner en mi la confianza suficiente para creer en mi misma para realizar este proyecto. Mis padres Gabriel y Lety, mis hermanos Gabriel e Hiram, que siempre han sido un apoyo enorme para mí y en la realización de este propósito no fue la excepción. Mi esposo Alberto, por siempre dar lo mejor de sí, para mí y nuestro pequeño hijo Dante, quien junto con esta tesis fue creciendo y forma parte de los recuerdos que tendré de la misma experiencia. Mis Tíos Paco y Karla, que con sus consejos supieron guiarme en mis momentos de duda. Mis Abuelitos Gabriel y Eva, que siempre han estado presentes en mi vida de una manera muy especial, aportando un gran valor a todo aquello que he logrado.

Mi director de Tesis el Dr. José Segoviano, debo reconocerle su paciencia, la confianza y las enseñanzas, quien además de su total apoyo profesional, agradezco el trato que me brindo, transformando los momentos de obscuridad en iluminación hacia una mejor tesis.

Las personas que me impulsaron para iniciar este proyecto de estudios de Doctorado; mi agradecimiento especial a la Dra. Karla E. Rodríguez B. por aceptarme en el programa, a la Dra. K. Annette C. Sáenz L. por la motivación y las facilidades de índole intelectual, al Dr. Gerardo Tamez por las facilidades brindadas durante mis estudios y a FACPYAP por el apoyo que siempre recibí de sus autoridades.

A los colegas y profesores que hicieron posible el alcance de este estudio y crecimiento durante este periodo, a todos mis compañeros y finalmente mis sinceras disculpas para aquellas personas que involuntariamente fueron omitidas.

## Índice general

INTRODUCCIÓN .....	9
CAPÍTULO I: METODOLOGÍA .....	10
1.1 Introducción .....	10
1.2 Antecedentes .....	11
1.3 Problema de investigación .....	15
1.4 Justificación .....	18
1.5 Objetivos .....	18
1.6 Hipótesis.....	19
1.7 Marco conceptual .....	20
1.8 Modelo de investigación .....	26
1.8.1 Modelo gráfico del estudio .....	27
1.9 Diseño de investigación.....	28
1.10 Matriz de Congruencia .....	29
CAPÍTULO II: COMPORTAMIENTO AMBIENTAL .....	30
2.1. Responsabilidad ambiental .....	30
2.1.1 Comportamiento Ambiental Responsable .....	31
2.1.2 Modelos de evaluación costo-beneficio .....	32
2.1.3 Teoría de acción razonada .....	33
2.1.4 Teoría del comportamiento planificado.....	36
CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN POLÍTICA E INTENCION DE VOTO.....	42
3.1 Análisis propagandístico, económico y político .....	42
3.2 Intención de voto .....	48
CAPÍTULO IV: NORMAS, VALORES Y CREENCIAS.....	50
4.1. Normas y Creencias.....	50
4.1.1 Creencias personales.....	52
4.1.2 Creencias socio culturales .....	54
4.1.3 Creencias socio políticas mexicanas.....	59
4.2 Consumo de medios de comunicación como área de investigación prioritaria .....	63
4.2.1 Los medios de comunicación como herramientas del poder .....	65
4.2.2 El control del pensamiento del receptor.....	66

4.2.3 Algunos ámbitos de aplicación empírica.....	68
4.2.4 Consumo de medios culturales y recreativos .....	70
4.3 Valores.....	72
4.3.1 Valores personales .....	73
4.3.2 Valores sociales .....	73
4.4 Locus de control .....	74
4.4.1 Locus de control interno .....	76
4.4.2 Locus de control externo.....	76
4.5 Motivación altruista .....	77
4.5.1 Origen de la motivación altruista .....	79
4.5.2 Conceptualización de motivación altruista .....	85
4.6 Preocupación ambiental .....	96
CAPÍTULO V: COMPROBACION CUANTITATIVA .....	100
5.1 Estudio de campo .....	100
5.1.1 Tipo de estudio.....	101
5.2 Elaboración de la encuesta .....	102
5.3 Población y muestra de estudio.....	105
5.4 Unidad de análisis .....	107
5.4.1 Tamaño óptimo de la muestra .....	108
5.4.2 Elección de los elementos muestrales .....	109
5.4.3 Muestra estratificada de alumnos por áreas de conocimiento .....	109
CAPÍTULO VI: ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	112
6.1 Análisis: Método cuantitativo .....	112
6.2 Análisis Descriptivo .....	112
6.3 Frecuencias generales .....	112
6.4 Frecuencias e histogramas de las variables .....	119
6.5 Media y desviación estándar de las variables .....	134
6.6 Supuestos Subyacentes del Modelo de Regresión Lineal Múltiple.....	135
6.7 Normalidad.....	135
6.8 Linealidad .....	139
6.9 Homocedasticidad.....	141
6.10 Análisis del Modelo de Regresión Lineal Múltiple .....	145



6.10.1 Alpha de Cronbach.....	145
6.11 Resumen del modelo .....	147
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	154
Referencias.....	156
Anexos.....	164
Anexo 1.....	164
Anexo 2.....	168

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad los peligros ambientales es un tema de relevante importancia para algunos y por el contrario demeritado por otros, sin embargo, infinidad de intereses y conflictos sociales se ocultan tras de ellos, generando interminables discusiones referentes a la responsabilidad del hombre sobre el medio ambiente.

El propósito de este estudio fue analizar los factores asociados con la responsabilidad ambiental, la intención de voto y la participación política, de los estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Para lo cual se elaboró la siguiente hipótesis: La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León está asociada por los siguientes factores: creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, participación política, intención de voto, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental.

Es hipótesis surgió del análisis de múltiples estudios sobre la percepción que concurre en la vida de los jóvenes hoy en día en España en Estados Unidos y unos pocos en México. Para comprobar la hipótesis se elaboró una encuesta en línea de 85 ítems, la cual se aplicó a una muestra estratificada de 418 estudiantes mayores de edad. Los resultados del análisis de regresión lineal múltiple evidenciaron desinterés de los participantes por involucrarse en actividades ambientales, y se concluye también que dado el uso de las tecnologías de información (TIC's), a través de las cuales consumen programas culturales se sugiere se construyan programas educativos que les permitan adquirir valores sociales y culturales incluida la responsabilidad sobre el medio ambiente.

# **CAPÍTULO I: METODOLOGÍA**

## **1.1 Introducción**

México padece de un conjunto muy variado de problemas ambientales que comprometen la sostenibilidad de su desarrollo, los cuales derivan de los procesos acelerados de industrialización, así como de urbanización. En la dinámica socio ambiental propuesta por Tudela (2004), en la cual identifica tendencias descritas dentro de cada ámbito de problemas, a su vez constituyen avances importantes hacia la sostenibilidad del desarrollo en nuestro país. Esta área de estudio, de carácter eminentemente aplicado, analiza la interacción persona-medio ambiente centrándose en la exploración de las conductas causantes del deterioro ambiental, o por el contrario, de aquellas otras conductas que permiten la conservación del entorno (Hernández, 1997). Sin embargo, ninguna disciplina puede ser solo básica o solo aplicada, sino que, necesariamente, es el resultado de una combinación de ambas perspectivas (Hernández, Suárez e Hidalgo, 2005).

Para algunos autores se trata de un área de estudio interdisciplinar (Altman, 1990; Craik, 1973; Holahan, 1982; Proshansky, 1990; Stokols, 1978; 1995). El papel de la Psicología, como ciencia que estudia el comportamiento humano, está totalmente justificado, en cuanto que la mayoría de los cambios que se producen en el medio ambiente pueden ser considerados, como ya hemos mencionado (González, 2003). En consecuencia, a lo largo de las últimas décadas han proliferado los estudios realizados desde una perspectiva psicosocial, con el fin de explicar distintos aspectos relacionados con la conciencia ambiental y la conducta ecológica como resultado de actitudes, valores y creencias (Aragonés y Amérigo, 1991; Berenguer, 2000; Stern, 1992).

De acuerdo con Dietz, Stern y Guagnano (1998) se han realizado grandes esfuerzos en medir y explicar aquellas variables que influyen en la conciencia ambiental de forma general, diferenciando dos tipos de orientaciones en la investigación psicosocial realizada. De un lado, aquellos estudios que se centran en descubrir los factores sociodemográficos asociados a la conciencia ambiental y de otro lado los que, partiendo del estudio de los valores, las creencias y otros constructos psicosociales, tratan de explicar las variaciones en la conciencia ambiental.

En esta segunda línea, si bien algunos de los estudios realizados sobre actitudes ambientales indican la existencia de un elevado nivel de preocupación ambiental entre la población general (Berenguer, Corraliza, Martín y Ocejá, 2001; Corraliza, Berenguer, Muñoz, y Martín, 1995; González, 2004; Gooch, 1995), otros estudios han obtenido bajas correlaciones entre estas actitudes y la realización de comportamientos proambientales (Aragonés, 1990; Dunlap, 1991; Iñiguez, 1994; Scott y Willits, 1994; Shetzer, Stackman, y Moore, 1991; Weigel y Weigel, 1978). Estos hallazgos han llevado a plantear que una alta concienciación respecto al medio ambiente, por sí sola, no asegura la puesta en marcha de comportamientos ecológicos responsables (Geller, Winett y Everett, 1982).

## **1.2 Antecedentes**

El estudio histórico y actual de los peligros ambientales hace visible el contenido ecológico en muchos conflictos sociales que se ocultaban entre otros (Martinez-Alier, 2006), uno de ellos que la evolución de la difusión en las campañas electorales en México desde el uso del cartel como forma de comunicar a la población la imagen y las propuestas de los candidatos a puestos de elección popular (Santúe, 1997), nos muestra el poco contenido ambientalista que existía, con los avances en el campo de la industrialización en materia de difusión, han aumentado los mecanismos utilizados en campañas para promover imágenes y mensajes, esto se ha logrado mediante el uso de recursos como la propaganda y la publicidad (Gordoa,

1999), cuyo uso implica la utilización cada vez mayor de materiales tanto químicos como naturales que afectan la sustentabilidad del medio ambiente, y aumentan el costo de difusión (Lerma Kirchner, 2005).

Haciendo una revisión de la política ambiental mexicana que nos presenta el Instituto Nacional de Ecología (INE, 2012), en contraste con el autor Uvalle Berrones (2011), que nos presenta una visión contemporánea dentro de la administración pública así como cierta transparencia dentro de las políticas públicas, cabe destacar que los presidentes mexicanos han expresado un mayor compromiso hacia la protección ambiental.

El presidente Luis Echeverría colocó los asuntos ambientales en la agenda política, a principios de los años setenta y una década después, Miguel de la Madrid hizo de los temas ambientales parte de su discurso político; sin embargo, a pesar de que las políticas ambientales han progresado, no ha habido cambios netamente revolucionarios, ni radicales dentro de la sociedad civil (Tudela, 2004).

Según Uvalle Berrones (2012) la administración pública es moldeada, influida y hasta presionada por la transparencia, accesibilidad, visibilidad y control de la sociedad civil, como práctica necesaria en la vida democrática. Por lo tanto, la problemática que presenta la contaminación ambiental exige soluciones, que a través de los años solo se controlaron por medio de la emisión de normas y leyes de control de contaminantes similares entre México y Estados Unidos.

Otro esfuerzo se puede observar en la ley mexicana de procedimientos para obligar a las industrias a registrarse ante gobierno, y ofreció estímulos fiscales y otros incentivos para la descentralización (Guy Peters, 2003) de las industrias y servidores públicos, que fueron la clave para el apoyo de la ingeniería social aún más que la civil. La interacción de los Estados,

los ciudadanos y la sociedad, por medio de políticas públicas, como nuevas dinámicas del espacio público asumen con mejor organización y participación ciudadana cualquier situación que impacte en el dinamismo de los procesos de gobierno (Uvalle Berrones, 2012).

José López Portillo durante su periodo presidencial en 1976 a 1982, compartía la visión ambientalista de Echeverría, puesto que aseguraba que el hombre tiene tanto la inteligencia para hacer crecer, como para preservar el medio ambiente (INE, 2012). El mismo refrenaba el aplicar medidas ambientales más estrictas debido a que tales acciones subirían el precio de bienes y afectarían a México ante los mercados internacionales.

En el año de 1982 la Ley Federal de protección al ambiente implicaba una promesa mayor de intervención gubernamental en beneficio de la protección ambiental, las capacidades de direccionamiento e implementación que se debieron producir durante la campaña de Miguel de la Madrid, (INE, 2012) quien hizo del ambiente un tema de campaña, genero acción de los programas ambientales, que impulso a la ciudadanía a participar de manera activa pese a las limitaciones de la misma. Durante su gobierno crea la Secretaria de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE), la primera dependencia ambiental dentro del gabinete presidencial, que tenía como principal función la formulación e implementación de la política ambiental de la nación, más su rendimiento no fue el esperado, puesto que no contribuyo a la mejora de la coordinación de la vida pública como se esperaba (INE, 2012).

Salinas de Gortari, durante su campaña presidencial en 1988 prometió hacer de la protección y restauración ambientales metas prioritarias de su administración, preocupado por el colapso ecológico del valle de México; en el otoño del 89 el compromiso de Salinas fue cuestionado por Homero Aridjis ambientalista mexicano, preocupado por la falta de efectividad en la política ambiental, la disminución de desempeño y calidad en dichas acciones públicas (INE, 2012). En los ochenta, aparentemente ocurre un cambio importante,

perceptible dentro del ámbito ambientalista por parte de los líderes políticos, al identificar públicamente un conjunto de problemas ecológicos que se podrían resolver mediante acciones gubernamentales tanto como de orden social, encaminadas a crear y mejorar el sistema de instituciones que sustentan el orden público de la sociedad y Estado (Uvalle-Berrones, 2011).

Aparecen entre los ochenta y noventa, propuestas disciplinarias y profesionales para superar la vulnerabilidad financiera, conocidas como Políticas Públicas y Nuevas Gestiones Públicas, que se desarrollaron para restablecer la naturaleza pública de las políticas y los gobiernos (Aguilar, 2007), sin embargo la complejidad cultural y la variedad de medios de comunicación al alcance de la población de Nuevo León serán factores que se deberán observar en el diseño y desarrollo de la investigación (García Beaudox, D'Adamo, & Slavinsky, 2007).

No se encontraron estudios representativos que comprendan a toda la universidad, sin embargo, existen estudios parciales realizados a pre ciudadanos, estudiantes de licenciatura e inclusive estudios de caso en los que se mencionan por separado nuestras variables independientes; por ejemplo:

La Dra. Nilsa Marlene Téllez Morales realizó un análisis del aprendizaje político como puente entre el visionado de los debates electorales y la participación político electoral, en jóvenes universitarios de segundo semestre de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, en Nuevo León (Téllez Morales, 2017).

La Dra. Alma Rosa Saldierna Salas realizó un análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los pre-ciudadanos en Nuevo León, en alumnos entre 15 y 24

años de edad que cursaban la licenciatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública (Saldierna Salas, 2014).

El Dr. Pedro Cesar Cantú Martínez versado en el escenario socio ambiental del área metropolitana de monterrey (Cantú-Martínez, 2015), ha realizado estudios de caso relacionados con la bioética en tiempos de globalización y sustentabilidad en la Universidad Autónoma de Nuevo León (Cantú-Martínez, 2013), la responsabilidad social sustentable en relación con la educación superior en la UANL, remarcando la importancia de la educación ambiental del Estado (Cantú-Martínez, Educación ambiental y la escuela como espacio educativo para la promoción de la sustentabilidad., 2014).

### **1.3 Problema de investigación**

A medida que la economía y la población humana crecen, usamos más recursos naturales y producimos más residuos (Martínez-Alier, 2006). Como ejemplo, se estima que, en el proceso electoral del año 2000 en México, se generaron más de 50 mil toneladas de basura electoral (Calderón, 2006). Sin embargo a pesar de los problemas ambientales en las agendas de los gobiernos comenzaron a aparecer en los principios de los 80's trastocando la sustentabilidad estableciéndose como una norma internacional de economía y desarrollo político en los 90's (Palmujoki, 2006), es por ello que el incremento de contaminación presente en las campañas electorales mexicanas durante las últimas décadas, en Nuevo León, ha tenido impacto en el desarrollo sustentable de la sociedad, según las capacidades de cada gobierno, para mostrar y validar los resultados reales que producen sus acciones (Aguilar, 2007). La cimentación de sociedades sustentables no puede realizarse a través de un programa global, porque este es un proceso que debe apoyarse desde lo local, adoptando



un modelo de desarrollo cuyas raíces fundamentales están en los territorios, que requieren un nuevo modelo de gobernabilidad y cambios en la escala de los sistemas (Larraín, 2004).

Actualmente existe la Secretaría de Desarrollo Sustentable en Nuevo León, es una dependencia del Gobierno encargada de establecer, instrumentar y coordinar las políticas, estrategias, planes, programas y acciones que promuevan el desarrollo urbano y medio ambiente sustentables, cuenta con el apoyo de la Subsecretaría de Protección al Medio Ambiente y Recursos Naturales, se encuentra estrechamente ligada al Observatorio de la Sustentabilidad de Nuevo León de la Universidad Autónoma (Gobierno del Estado de Nuevo León, México. Administración 2009 - 2015, 2005); mas no se contemplan dentro de sus objetivos el tomar acción post campaña electoral puesto que no es un acontecimiento del día a día. Sin embargo, las nuevas reformas aplicadas en el año 2008 a la Ley electoral del Estado de Nuevo León, abre espacio para el artículo 132 que es el único que se refiere a las propagandas electorales y la contaminación que generan en el medio ambiente y como se debiera proceder (H. Congreso del Estado, 2008). Todos esos conflictos ecológicos se expresan con distintas palabras según los diversos actores (Martinez-Alier, 2006).

Los servicios de los ecosistemas son fundamentales a la vida y fácilmente los podríamos tal vez erróneamente considerar que siempre estarán, debido a que son de una enorme escala, es para muchos difícil imaginar que las actividades humanas los pueden destruir. Sin embargo, los servicios de los ecosistemas están siendo gravemente amenazados por lo siguiente:

El crecimiento en la escala de las actividades humanas (tamaño de la población, consumo per cápita y efectos de las tecnologías para la producción de bienes de consumo).

El deterioro del medio ambiente se ha vuelto evidente para un mayor número de personas en todo el mundo, el aumento de los problemas ambientales constituye en la actualidad uno de los principales focos de atención, al grado que el mismo gobierno del estado con el apoyo de la Secretaria de Desarrollo Sustentable dan a conocer de manera electrónica mediante un mapa del área metropolitana de Monterrey, la calidad del aire que nos permite llevar acabo un monitoreo ambiental y nos presenta un programa de respuestas a contingencias atmosféricas, para todos aquellos ciudadanos que estén interesados en la mejora ambiental de la comunidad (GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2017).

El interés por la protección del medio ambiente está centrado en la salud y el bienestar del hombre, el cual es el agente causante fundamental de la continua degradación del medio y, al mismo tiempo la víctima principal, es por ello que desde edades tempranas deben inculcarse a los jóvenes las primeras ideas sobre la conservación de los demás componentes del medio ambiente.

En este sentido hay que educar a la sociedad para que ocupe plenamente el lugar que le corresponde en la naturaleza; debe comprender que es parte integrante del sistema ecológico y que, como tal, tiene deberes que cumplir, es por ello que es de interés saber si actualmente los jóvenes cuentan con esta clase de conciencia ambiental o va más allá de ser preocupación ambiental y de donde vienen esos ideales si es que existen.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) detalla que la capital del estado neoleonés es la que cuenta con la peor calidad de aire al registrarse 36 microgramos de partículas contaminadas siendo 2.5 por metro cubico (Madrigal, 2014).

Actualmente no se visualizan cambios sustantivos relacionados con la responsabilidad ambiental, la participación política e intención de voto, en el estado de Nuevo León y es por ello que la aproximación al objeto de estudio se presenta mediante la siguiente pregunta:

¿Cuáles factores están asociados con la responsabilidad ambiental, en la percepción estudiantil de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León?

#### **1.4 Justificación**

Esta investigación es relevante porque sus resultados pueden apoyar a ONG's, partidos políticos y a dependencias de gobierno como la Secretaría de Desarrollo Sustentable, la Subsecretaría de Protección al Medio Ambiente y Recursos Humanos, y el Observatorio de la sustentabilidad de Nuevo León de la UANL, con información sobre la percepción de los jóvenes universitarios sobre sus valores, creencias, consumo de medios, participación política y su responsabilidad ambiental.

#### **1.5 Objetivos**

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar los factores asociados con la responsabilidad ambiental, de los estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Junto a ello, se plantean como objetivos secundarios:

1. Determinar el nivel de percepción de responsabilidad ambiental en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León.

2. Determinar el nivel de percepción de participación política en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León.
3. Determinar el nivel de percepción de intención de voto en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León.

## **1.6 Hipótesis**

Hipótesis de investigación:

$H_1$ = La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León está asociada por los siguientes factores: creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, participación política, intención de voto, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental.

Hipótesis nula:

$H_0$ = La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León no está asociada por los siguientes factores: creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, participación política, intención de voto, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental.

## 1.7 Marco conceptual

En la actualidad, la protección y recuperación del medio ambiente es uno de los mayores desafíos que enfrenta nuestra sociedad. Los gobiernos han asumido gran parte de esta tarea estableciendo políticas públicas y normas que regulan los impactos de la actividad humana. No obstante, estos esfuerzos resultan insuficientes si no van acompañados de una transformación social hacia una mayor responsabilidad ambiental, que permita a las personas comprender los efectos e impactos sobre el medio ambiente que causan sus conductas y las del resto de la sociedad (COFIPE). Así, para poder hacer frente a estos problemas y forjar políticas eficientes y eficaces, es requisito fundamental comprender no solo los fenómenos físicos causantes del problema, sino que también las determinantes sociales que caracterizan el comportamiento ambiental.

Explorando la sustentabilidad social identificamos diversos aspectos del desarrollo responsable del ambiente y homogéneo como tal, por su parte la sustentabilidad cultural requiere balancear el cambio externo con la continuidad de desarrollo en conjunto con la política sustentable basada en la democracia, los derechos humanos y un efectivo control institucional (Val11). La forma más común de participación política, incluye a la familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo, más los políticos, compañeros de partido y grupos de interés (Schmitt-Beck & Macenrodt, 2010). La comunicación política según Leighley (1990, p.462) provee normas de participación y modelos que influyen el comportamiento.

En términos de preferencias políticas los ciudadanos son esencialmente independientes, más si se consideran los medios por los cuales se ve influenciada su decisión al momento de emitir el voto, incluyendo los factores que provocan el cambio en la decisión del ciudadano, se encontrara que en gran parte tiene que ver el disfrute del mensaje emitido en las

campañas por los medios de comunicación y su manera de llegar al votante, por ello los medios por los cuales se consume la comunicación política dentro de la campaña electoral, nos lleva a analizar los factores que parecen importar como un potencial camino para influenciar a los ciudadanos, ya sea entre ellos mismos o por la información y las normas sociales (Pineda, 2008).

La comunicación mediática se ha enfocado en la apreciación, entretenimiento y en otros conceptos relacionados como es el disfrute, un elemento clave para lograr disfrutar de la experiencia que nos ofrecen los medios, de manera individual dejar de lado la realidad y adentrarse al mundo de fantasía que estos nos ofrecen (Green, Brock, & Kaufman, 2004). Un rol esencial del gobierno es informar a la ciudadanía del estado del medio ambiente, su evolución y las consecuencias de las acciones que el hombre desarrolla sobre él, con el objeto de crear conciencia y propender a comportamientos ambientales responsables, que le permitan tomar decisiones y promover que la sociedad se involucre en la problemática ambiental. Para cumplir este rol, los gobiernos requieren de información para focalizar sus esfuerzos de protección y recuperación ambiental.

Cuando el individuo queda absorto en la historia o se transporta mediante un proceso mental llamado transporte narrativo, llega a sentir empatía por aquel personaje o personajes con los que se identifica en este caso, cuando se muestra al actor político dentro de un entorno familiar, el votante lo percibe como un hombre de familia con el que se siente identificado (Green, Brock, & Kaufman, 2004), tomando en cuenta la absorción de contenido que presenta la comunicación mediática en la sociedad actual, analizaremos los argumentos del mensaje dentro de la campaña electoral, de los discurso políticos, e inclusive los medios o redes usados para llegar a la audiencia y su influjo sobre los ideales políticos, tanto individuales como de grupo y los factores que parecen importar como un potencial camino para que los ciudadanos participen activamente para influenciar a otros y las normas sociales (Schmitt-Beck & Macenrodt, 2010).

La crisis medioambiental a la que actualmente nos enfrentamos, está estimulando la búsqueda de soluciones eficaces tanto en el campo de la ciencia como en el ámbito de la política (Pardo, 1996; 1998). Esta inquietud se ha visto reflejada en el nacimiento y expansión del movimiento ecologista, así como en las políticas de gestión medioambiental acuñadas por la mayoría de las naciones.

Estas políticas gubernamentales están dirigidas a clarificar y entender la situación actual de deterioro con el fin de poner en marcha medidas que eviten el agotamiento de los recursos naturales, medidas que están permitiendo la conservación de la vida del planeta, basándose en lo que se ha dado en llamar un desarrollo sostenible.

Prueba de estos esfuerzos y de esta concienciación política y social son los distintos encuentros y reuniones como la celebrada en el año 1987, en la que se adoptó el Tratado de Montreal, o la celebración de la I Cumbre del Planeta en Río, en Junio de 1992 y en la que la ONU acordó el "Convenio sobre la Diversidad Biológica".

En este convenio se establecieron diferentes actuaciones sobre la conservación de la diversidad biológica, su utilización sostenible y una distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos (Centro de Información de las Naciones Unidas [CINU], 2000). Acuerdos que han sido revisados en sucesivas reuniones y cumbres sobre medio ambiente, como la II Cumbre de la Tierra celebrada en Nueva York en 1997; la de Kioto (Cumbre sobre el cambio climático) en diciembre de 1997 y en Johannesburgo en septiembre de 2002.

Tras estos encuentros, y como fruto de los convenios adoptados en 2002, fue elaborado un plan de actuaciones que incluye diferentes reuniones y debates de expertos, como por ejemplo, el que tuvo lugar entre Abril y Mayo de 2003. En esta reunión se constituyó la Comisión de Desarrollo Sostenible, con el fin de revisar el cumplimiento de los acuerdos y tratados que firmaron los países y organismos participantes en la Cumbre de 2002.

Sin embargo, como afirma Francescato (2004), pese a estos esfuerzos, gobiernos y administraciones públicas siguen mostrando reticencias para llevar a la práctica las sugerencias derivadas de los estudios científicos, desarrollados en este ámbito, sobre todo cuando estos hallazgos reflejan inconsistencias en los valores atribuibles a la población, o cuando éstos repercuten en los intereses económicos de los países. Así, los modelos de gestión medioambiental, tradicionalmente, han mantenido un enfoque reduccionista de los problemas ambientales, puesto que se han dirigido más hacia la corrección que hacia la prevención (Pardo, 1996).

La percepción ciudadana en Nuevo León acerca de la publicidad y el gasto económico que surge dentro de las campañas electorales fue medida a través de estudios de opinión del propio organismo electoral y reflejan el descontento ciudadano, puesto que éstos no reflejan la realidad de los gastos de los partidos políticos, debido a que la autoridad electoral no tiene la facultad de investigar, ni las herramientas legales, humanas ni económicas y los efectos que las campañas producen en los ciudadanos son de hartazgo y saturación que, muchas veces, se convierten en apatía hacia el voto y hacia el proceso electoral en conjunto (Salazar Gonzalez, 2007).

En agosto del 2003, los estudios de opinión de la Comisión Estatal Electoral (CEE), reportaron que el tema más importante para los ciudadanos había sido el de las campañas electorales, porque fueron muy agresivas, principalmente entre los dos candidatos a la Gubernatura José



Natividad González Parás y Mauricio Fernández Garza y a causa de eso en ese año se registró la participación electoral más baja de los últimos 10 años: de 63% en el 2000 pasó a 53% en el 2003, 10 puntos porcentuales menos, a pesar de que la elección de Gobernador es la que siempre registra mayor interés de los ciudadanos (Salazar Gonzalez, 2007). Haciendo un breve análisis de las campañas electorales en EE.UU, utilizando las redes sociales como principal medio de comunicación, observamos que el presidente Barack Obama lanzo su campaña de reelección con un vídeo digital enviado por Internet a 13 millones de partidarios que ayudaron a impulsar su histórica campaña en 2008 (Moyer-Gusé, 2008).

En EE.UU. las redes sociales son las protagonistas de las campañas electorales, pero en España, no se puede decir lo mismo. Analizando el uso que se hizo por los líderes de los principales partidos políticos de las redes sociales en las últimas elecciones municipales y autonómicas celebradas en España el 22 de mayo de 2011, se realizaron una serie de análisis de todos los mensajes lanzados por ambos en *Facebook* y *Twitter*, para demostrar que la repercusión de las redes sociales en los resultados electorales en España (Abejon, Sastre, & Linares, 2012), no obstante la descentralización y la libertad de movimientos son las características necesarias para que esta nueva forma de comunicación se desarrolle adecuadamente y consiga los efectos deseados. Se plantea de alguna manera la forma de responder todos los mensajes de *Facebook* por ejemplo, mas no se ha explorado a fondo *Twitter*, aún se busca que la interacción de los candidatos sea más personal con los votantes (Álvarez García, 2010).

Es importante conocer los elementos que distinguen a las campañas electorales y las transformaciones de la política a partir de la presencia masiva de medios de comunicación que los ha convertido en representantes cotidianos de las opiniones ciudadanas, (Trejo Delarbre, 2000) para analizar la viabilidad de ser implementados en México, así como proponer nuevos modelos de optimización de recursos destinados a la difusión, en el ámbito

internacional se requiere establecer un nuevo tipo de cooperación entre los Estados y un sistema financiero orientado a financiar la sustentabilidad; si se revisan las recientes reuniones de financiamiento para el desarrollo (antes y después de la Cumbre de Monterrey) y compromisos internacionales con el “desarrollo sustentable”, como los establecidos en la reciente Cumbre de Johannesburgo que tuvo lugar en Río en el año 2002, resulta evidente que los puntos menos claros de estos acuerdos son los relativos a financiamiento.

Mecanismos como los *partenrship* o la creación de un Fondo de la Pobreza (que nosotros llamamos “el Bolsillo sin Fondo, porque todos los países lo aprobaron pero nadie comprometió recursos para su implementación), no comprometen a los países con los objetivos de la sustentabilidad ni revierten las actuales tendencias en sentido contrario (Larraín, 2004).

El marco de la sustentabilidad, así como la perspectiva de género, tienen un potencial ético-político fundamental vinculado a una redefinición de la ciudadanía, sobre la base de la equidad social, la igualdad de oportunidades, la protección de los ecosistemas, la profundización democrática, etc.

Desde ambas visiones, estamos redefiniendo los objetivos éticos de la política y por lo tanto, su articulación es un aporte enormemente importante a los desafíos que enfrentamos hoy día en el marco de la globalización (Larraín, 2004). La unión producida por la articulación de los movimientos ecologista, especialmente en el ámbito internacional, ha permitido posicionar nuevos temas de discusión, mitigar los impactos de la globalización y al menos, contener procesos que atentan contra los objetivos de la sustentabilidad socio- ambiental (Larraín, 2004).

Esta perspectiva, denominada Paradigma del Excepcionalísimo Humano o Paradigma Social Dominante (PDS) (Catton y Dunlap, 1978), se sustenta en la idea de que el medio ambiente es una esfera separable de las actividades y de las conductas humanas (Dunlap, 1993).

Esta superioridad del hombre sobre el medio físico o natural ha contribuido, en gran medida, al surgimiento de los actuales problemas ambientales (Aragonés y Amérigo, 1991; Vozmediano, San Juan y Rodríguez, 2004). Como señala Castro (2001), la conducta de las personas, en la mayoría de las ocasiones, se relaciona con el inicio o mantenimiento de muchos problemas ambientales tales como la contaminación atmosférica, el efecto invernadero, la destrucción de hábitats naturales, la pérdida de la biodiversidad, la desaparición de especies de la flora y fauna, así como del uso inadecuado de materiales renovables, entre otros.

### **1.8 Modelo de investigación**

Esta investigación es descriptiva buscando especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno a estudiar, para medir con la mayor precisión posible los conceptos o variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, pág. 119), correlacional y causal, dado que en ella se identifican las causas de la variable independiente (responsabilidad ambiental). Para ello se desarrolló un estudio cuantitativo que establece con exactitud patrones de comportamiento en nuestra población (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, pág. 5), en el que se aplicaron distribución de frecuencias, tablas de contingencia, pruebas de correlación de Pearson y de regresión lineal múltiple.

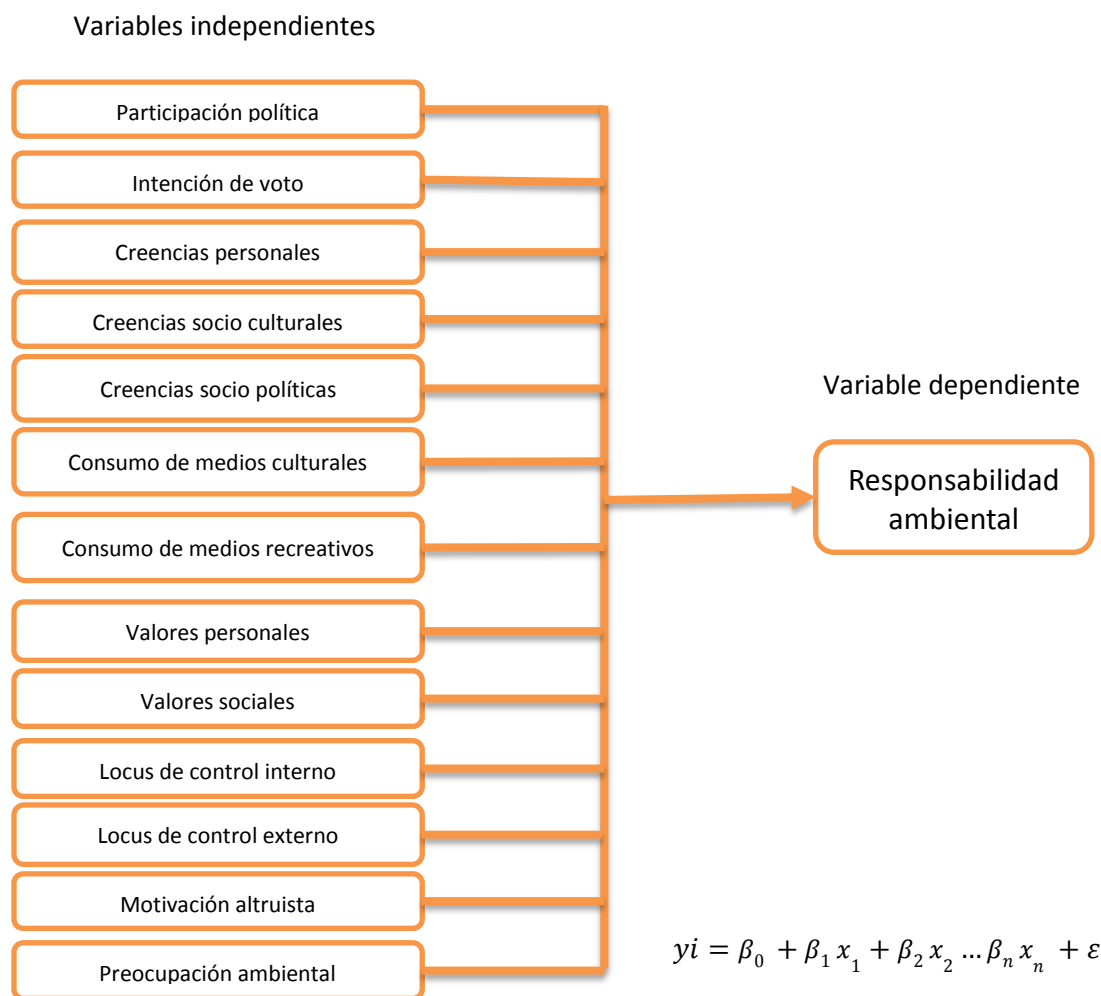
El estudio es no experimental dado que no se manipularon las variables y se observaron las situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente (Hernández, Fernández y

Baptista,2003), y de tipo transversal ya que se recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único para describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista,2003 pág. 270).

### 1.8.1 Modelo gráfico del estudio

La Figura 1.1 Modelo gráfico del estudio contiene las relaciones hipotéticas de las variables causa efecto consideradas para establecer el modelo teórico, mismo que se pretende confrontar con los resultados empíricos del estudio de campo.

Figura 1.1 Modelo gráfico del estudio



*Nota: Fuente elaboración propia*

## **1.9 Diseño de investigación**

Para cumplir con el propósito de comprobar la hipótesis del estudio se desarrolló una encuesta diseñada para medir la responsabilidad ambiental basada sobre el modelo del estudio de las variables que influyen en la realización de conductas pro ambientales, se ha desarrollado a través de distintos modelos teóricos, unos de aplicación más amplia a cualquier tipo de conductas y altamente consolidados en Psicología Social, como la Teoría de la conducta planificada (TCP) (Ajzen, 1991; Ajzen y Madden, 1986), y otros más específicos dentro de este campo, como la Teoría del valor, las normas y las creencias hacia el medio ambiente (Stern, 2000; Stern, Dietz, Abel, Guagnano y Kalof, 1999), los valores ambientales se medirán en base a la estructura aplicada en la literatura para evaluar el comportamiento ambiental del presente estudio para caracterizar el comportamiento ambiental del estudiante de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, al modelar las variables que inciden en dicho comportamiento, de manera que se pueda indicar el nivel de responsabilidad ambiental.

Posteriormente se aplicó una prueba piloto para obtener la versión final de la misma, después esa encuesta se aplicó en línea a 462 alumnos de sexto semestre, los datos obtenidos se analizaron con apoyo de los programas Excel y spss a través de un examen de regresión lineal múltiple.

## 1.10 Matriz de Congruencia

### LA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL PERCIBIDA POR LOS ESTUDIANTES DE LA UANL, EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN
Actualmente no se visualizan cambios sustantivos relacionados con la responsabilidad ambiental, la participación política e intención de voto, en la ciudadanía y en los órganos gubernamentales que les aplica su promoción. Asimismo, no se identificaron estudios particulares para el estado de Nuevo León y específicamente aplicados a estudiantes universitarios, que describan sus percepciones sobre dichos temas.	¿Cuáles factores están asociados con la responsabilidad ambiental, la intención de voto y la participación política, en la percepción estudiantil de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León?	Analizar los factores asociados con la responsabilidad ambiental, la intención de voto y la participación política, en la percepción estudiantil de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León	<p>Determinar el nivel de percepción de responsabilidad ambiental en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León.</p> <p>Determinar el nivel de percepción de participación política en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León.</p> <p>Determinar el nivel de percepción de intención de voto en los alumnos universitarios en el estado de Nuevo León</p>	<p><b>Teorías: del comportamiento planificado, de acción razonada,</b></p> <p><b>Responsabilidad ambiental</b> Berenguer, Corraliza &amp; Martin (2005) Gomera, Villamandos &amp; Vaquero (2013) Kaiser et al. (2003)</p> <p><b>Participación política</b> Vergara-lope, Hevia (2012) Flores-Guerrero, Rodríguez Mansilla, Miranda Sanchez &amp; Ramos (2013)</p> <p><b>Intención de voto</b> González &amp; Darias (1998) Campbell &amp; Stokes(1959) Eldersveld,(1951) Rose,R.&amp; Mossawir,H.(1967) Visser,M.(1994)</p>	La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León está asociada por los siguientes factores: creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, participación política, intención de voto, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental	<p>Y1= Responsabilidad ambiental</p> <p>Y2= Participación política</p> <p>Y3= Intención de voto</p> <p>X1= Creencias personales</p> <p>X2= Creencias socio culturales</p> <p>X3= Creencias socio políticas</p> <p>X4= Consumo de medios culturales</p> <p>X5= Consumo de medios recreativos</p> <p>X6= Valores personales</p> <p>X7= Valores sociales</p> <p>X8= Locus de control interno</p> <p>X9= Locus de control externo</p> <p>X10= Motivación altruista</p> <p>X11= Preocupación ambiental</p>	Cuantitativo, No experimental, transversal, descriptivo, correlacional y causal.	Encuesta, consta de 86 ítems, con una escala de medición tipo Likert de 5 puntos. Se aplicó en línea

## CAPÍTULO II: COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

### 2.1. Responsabilidad ambiental

La sustentabilidad requiere de coherencia entre las necesidades humanas y la política, razón por la cual resulta fundamental la participación directa de sectores de la población, en las decisiones que perturban su futuro, el de sus comunidades, sus recursos, su entorno y su cultura (Larraín, 2004). Las actividades de los actores políticos que están relacionadas al manejo del medio ambiente, así como el gobierno es un mecanismo en concreto que debe saber lidiar con la racionalización de actividades económicas concernientes al ambiente, así como las medidas que corresponden a los objetivos ambientalistas (Palmujoki, 2006).

Para finalizar, cabe destacar que actualmente el concepto de responsabilidad ambiental no sólo tiene miles de definiciones, sino también existe una clara diferenciación política entre la definición oficial (o gubernamental) y la de los movimientos sociales (Larraín, 2004). Adicionalmente, la definición empresarial o del mercado la define como la posibilidad de sostener el crecimiento de la economía (el PIB) en términos exponenciales, lo que claramente es contradictorio con los límites físicos del planeta (Larraín, 2004).

La responsabilidad ambiental como desarrollo será alcanzada, gracias al trabajo auspiciado por la agenda café o mejor conocida como *brown agenda* concretada al desarrollo sustentable de los países (Val11), al igual que la Agenda 21 y los Objetivos de desarrollo del Milenio del 2008 (Naciones Unidas, 2008).

El tratar de contrarrestar los daños ambientales que genera la propaganda electoral hace entrar en vigor la legislación en particular, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), la Ley de Residuos Sólidos y el Reglamento de Anuncios del Distrito Federal, contemplan algunas obligaciones que deben ser acatadas por los

partidos políticos y por los actores de las contiendas en general, la amonestación con apercibimiento, multa de 10 a 1000 días de salario mínimo, revocación de la licencia o permiso y clausura, mas no siempre se acatan (Calderón, 2006), por ello es necesario utilizar materiales biodegradables o reciclables en la elaboración de propaganda electoral; no obstruir la visibilidad de vialidades, nomenclatura de calles y señalamientos oficiales y, sobre todo, no afectar árboles, parques, jardines, áreas naturales protegidas, como tampoco bienes que constituyen el patrimonio urbanístico y arquitectónico, por ello, es preciso reconocer que los movimientos sociales y la sociedad civil requieren construir una agenda compartida vinculada a la noción de bien común y democracia, aportando una visión y una cultura capaz de avanzar hacia sociedades sustentables (Larraín, 2004).

La investigación desarrollada en los últimos años sobre comportamiento ambiental se ha focalizado en las siguientes acciones humanas: reciclaje de productos, reducción de residuos, conservación de la energía, reducción de la contaminación, etc. (Axelrod y Lehman, 1993; Grob, 1990). Es así como el comportamiento ambiental responsable ha sido estudiado desde diferentes perspectivas teóricas, donde se destacan los modelos que evalúan costos y beneficios de una acción pro-ambiental, y los modelos que se fundamentan en las preocupaciones morales y normativas de los individuos.

### **2.1.1 Comportamiento Ambiental Responsable**

El deterioro del medio ambiente se ha vuelto evidente para un cada vez mayor número de personas en todo el mundo. Así, la preocupación por el medio ambiente y el aumento de los problemas ambientales constituyen en la actualidad uno de los principales focos de atención de instituciones políticas, gubernamentales, sociales y científicas.



Para que dichas instituciones puedan hacer frente a estos problemas y forjar políticas eficientes y eficaces que permitan revertir la situación, es requisito fundamental comprender no sólo los fenómenos físicos causantes del problema, sino que también las determinantes sociales que caracterizan el comportamiento ambiental. Por lo anterior, buena parte de la investigación desarrollada en los últimos años sobre comportamientos ambientales se ha focalizado en la teoría del comportamiento ambiental responsable, el cual se refiere a aquel comportamiento humano que conscientemente busca proteger, preservar y/o minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente.

La investigación desarrollada en los últimos años sobre comportamiento ambiental se ha focalizado en las siguientes acciones humanas: reciclaje de productos, reducción de residuos, conservación de la energía, reducción de la contaminación, etc. (Axelrod y Lehman, 1993; Grob, 1990). Es así como el comportamiento ambiental responsable ha sido estudiado desde diferentes perspectivas teóricas, donde se destacan los modelos que evalúan costos y beneficios de una acción pro-ambiental, y los modelos que se fundamentan en las preocupaciones morales y normativas de los individuos.

### **2.1.2 Modelos de evaluación costo-beneficio**

En este modelo de investigación se evalúa el comportamiento pro-ambiental de los individuos considerando dos factores importantes: primero, los individuos eligen de manera racional la alternativa con los mayores beneficios y los menores costos y, segundo, la preocupación de los individuos está centrada en sí mismos. Dentro de esta línea se encuentran la Teoría de la Acción Razonada y la Teoría de la Acción Planificada, cuyo principal supuesto es que la intención es el factor que mejor predice el comportamiento.

### 2.1.3 Teoría de acción razonada

El objetivo de la Teoría de la Acción Razonada (*Theory of Reasoned Action, TRA*) es explicar el comportamiento, asumiendo que éste está bajo control voluntario de los individuos. Este enfoque excluye un gran número de comportamientos como aquéllos que son espontáneos, impulsivos, habituales, resultado de deseos o simplemente sin sentido (Hale, Householder et al. 2002). La *TRA* se basa en que el comportamiento de un individuo puede ser explicado mediante la Intención hacia un comportamiento, la cual se compone de dos variables: Actitud hacia el comportamiento y Norma Subjetiva (Fishbein y Ajzen, 1975). La *Actitud* se define como los sentimientos positivos o negativos de una persona acerca de la realización de un comportamiento en particular. Las personas forman sus creencias al asociar un objeto con ciertos atributos, es decir, con otros objetos, características o eventos. En el caso de las actitudes, los individuos asocian sus creencias con un resultado positivo o negativo, entonces el individuo adquiere automáticamente una actitud hacia un comportamiento. De este modo, las personas aprenden a favorecer comportamientos que creen que tienen consecuencias positivas para sí mismos y forman actitudes desfavorables hacia los comportamientos asociados con consecuencias no deseadas (Ajzen, 1991).

Por otra parte, la *Norma Subjetiva* se define como la presión social que el individuo percibe para realizar o no realizar una conducta (Cordano, Welcomer et al., 2011). Esta presión social se genera en el individuo al percibir que personas o grupos importantes para él creen que el comportamiento debe ser realizado. Así, la *NS* se obtiene mediante el producto entre las creencias normativas, las cuales se refieren a las expectativas de comportamiento que percibe el individuo de otros individuos referentes como familia, amigos, etc., y la motivación de llevar a cabo el comportamiento cumpliendo con las expectativas del individuo o grupo referente.

Esta teoría propone que la *Intención* del individuo para llevar a cabo un comportamiento aumenta si sus actitudes y normas subjetivas hacia ese comportamiento son favorables. Numerosos estudios han aplicado con éxito la *TRA* en diversas situaciones para evaluar el comportamiento pro-ambiental en diferentes países (Cordano, Welcomer et al. 2011), explicar el uso de cupones de descuento (Bagozzi, Baumgartner et al. 1992), evaluar la adopción de nuevas tecnologías en la producción de vino comparando la cultura de Nueva Zelanda con Estados Unidos (Marshall, Akoorie et al. 2010), evaluar la conducta sexual de adolescentes (Gillmore, Archibald et al. 2004), analizar el rol de la intención de cepillarse los dientes en el comportamiento de salud oral en personas con diabetes (Syrjälä, Niskanen et al. 2002), examinar las actitudes de las enfermeras frente a la decisión de reducir la utilización de restricciones físicas en pacientes mayores (Werner and Mendelsson 2001) y para evaluar el comportamiento de propietarios de viviendas en la aplicación de tres enfoques de gestión de combustible en tres áreas urbano-forestal de Estados Unidos (Vogt, Winter et al. 2005).

En el estudio desarrollado por Park, Levine et al., (1998), los autores demuestran que es posible aplicar la *TRA* para predecir el comportamiento de reciclaje en una muestra multicultural de 201 estudiantes de pregrado de la Universidad de Hawái en Manoa. Además, comprobaron que la actitud hacia el comportamiento de reciclaje y la norma subjetiva contribuyen significativamente a la intención de comportamiento.

La *TRA* no sólo ha sido implementada para evaluar comportamiento, sino que también para desarrollar programas de educación ambiental más efectivos. Gotch y Hall (2004) aplicaron la *TRA* para evaluar las actividades relacionadas con la naturaleza en pre-adolescentes de 9-14 años y mejorar el desarrollo de programas de educación ambiental. Encontraron que la variable actitud es responsable de explicar un 31% de la varianza de la intención de ser más activo en la naturaleza.

Sin embargo, a pesar de que los valores de varianza se encuentran dentro de los rangos encontrados en otros estudios aplicando la *TRA*, dan cuenta de que esta teoría no captura

importantes fuentes de varianza. Por ello, algunos investigadores han decidido incorporar variables como percepción de control del comportamiento y comportamiento pasado. Los bajos valores de  $R^2$  obtenidos especialmente en comportamiento, podrían deberse a la habilidad o inhabilidad de los niños para determinar sus propias acciones sin tener en cuenta sus actitudes y normas subjetivas.

Los autores consideran importante incluir la variable de percepción de control del comportamiento, aunque también asumen que ésta sería compleja de estimar para los pre-adolescentes. Finalmente, los autores concluyen que para desarrollar programas de educación ambiental es necesario enfocar los esfuerzos en las actitudes más que en las normas subjetivas cuando el objetivo es lograr algún tipo de cambio en el comportamiento de pre-adolescentes.

Por otro lado, Bang, Hae-Kyong *et al.*, (2000) aplicaron la *TRA* para determinar si existe relación entre preocupación por el medio ambiente, conocimiento y creencias acerca de la energía renovable y disposición a pagar más por energía renovable. En su estudio, estos autores no incluyen la variable NS. Una de las conclusiones más relevantes del estudio fue que la actitud hacia el comportamiento (disposición a pagar más por energía renovable), es influenciada significativamente por las creencias (creencia de los consumidores acerca de las energías renovables); es decir, los consumidores con fuertes creencias acerca de las consecuencias positivas del uso de energía renovable están significativamente más dispuestos a pagar más por el uso de energía renovable.

A pesar que esta teoría ha sido aplicada en gran cantidad de estudios, Sheppard *et al.*, (1988) sostienen que la *TRA* pierde validez predictiva cuando el comportamiento en estudio no está bajo completo control voluntario del individuo. Señalan que predecir el comportamiento mediante la intención es complejo, debido a la variedad de factores que pueden afectar la intención del individuo de realizar el comportamiento. Además, la teoría no considera la probabilidad que el individuo falle al realizar un comportamiento y las posteriores

consecuencias que puede tener este incumplimiento en la intención del individuo. Dado estos problemas, Ajzen (1991) desarrolló una extensión de la *TRA* llamada “Teoría del Comportamiento Planificado”, la cual considera la percepción del individuo para realizar un comportamiento.

#### **2.1.4 Teoría del comportamiento planificado**

La Teoría del Comportamiento Planificado (*Theory of Planned Behavior, TPB*) es una extensión de la *TRA*, la cual se hizo necesaria debido a las limitaciones observadas en el modelo original para evaluar conductas o comportamientos sobre los cuales los individuos no tienen un control completamente voluntario, es decir, conductas para las cuales los individuos no pueden decidir si realizar o no dicha conducta (Ajzen, 1991). La *TPB* fue diseñada para predecir y explicar el comportamiento humano en contextos específicos e incluye las mismas variables que la *TRA*, Actitud, Norma Subjetiva e Intención, pero agrega una nueva variable llamada “Percepción de Control del Comportamiento”. Esta nueva variable se refiere a la percepción del individuo acerca de la facilidad o dificultad de llevar a cabo un comportamiento, además de reflejar la experiencia pasada, así como impedimentos y obstáculos que podría experimentar el individuo sí, si el comportamiento no está bajo un completo control voluntario del individuo, éste deberá tener acceso a recursos y oportunidades necesarias para ser capaz de llevarlo a cabo (Chang 1998).

Esta teoría establece que cuando un individuo se enfrenta con la necesidad de decidir sobre un curso de acción, considera las posibles consecuencias de todas las alternativas disponibles (creencias de comportamiento), ponderan las expectativas normativas de otros individuos o grupos de referencia importantes (creencias normativas), y consideran los recursos necesarios para llevar a cabo el comportamiento, junto con los potenciales impedimentos u obstáculos que anticipa (creencias de control) (Bamberg and Schmidt 2003). El

comportamiento es función tanto de la intención de comportamiento como de la percepción de control del comportamiento. Chang (1998) comparó la validez entre la *TRA* y *TPB* aplicada a la conducta moral de hacer copias ilegales de *software*. Los resultados mostraron que la *TPB* predice mejor el comportamiento poco ético que la *TRA*, y que la percepción de control del comportamiento destacó como la variable más relevante para predecir comportamiento.

En la *TPB*, la *Percepción de Control del Comportamiento (PCC)*, junto con la intención de comportamiento pueden explicar directamente el comportamiento. Esto se debe a dos factores. Primero, si se mantiene la intención constante, el esfuerzo dedicado para realizar un comportamiento probablemente aumenta con la *PCC*; esto se refiere a que si dos individuos tienen la misma fuerte intención de aprender alguna habilidad, y ambos lo intentan, es más probable que el individuo que confía en que logrará dominar la actividad perseverará, frente al individuo que duda de su habilidad para dominar la actividad. Segundo, la *PCC* puede ser usada como una medida del control real sobre el comportamiento, lo cual no será del todo realista si el individuo posee poca información acerca del comportamiento, cuando los requerimientos o recursos disponibles cambian o cuando elementos desconocidos entran en el escenario. No obstante, en la medida que el *PCC* es realista, se puede utilizar para predecir la probabilidad que el intento de realizar un comportamiento sea exitoso (Ajzen, 1991).

La *PCC* es una función de la creencia de control y la percepción de poder. La creencia de control puede basarse en la experiencia pasada con el comportamiento, así como también puede verse influenciada por información de segunda mano, como por la experiencia de amigos, familiares y otros factores que podrían incrementar o reducir la dificultad percibida de llevar a cabo dicho comportamiento. Cada creencia de control es multiplicada por la percepción de poder que tiene cada factor para inhibir o facilitar el comportamiento. Cuantos más recursos y oportunidades crea el individuo que posee, y menor sea el número de obstáculos o impedimentos que perciba, mayor debe ser su percepción de control sobre el comportamiento (Ajzen, 1991).

La *TPB* ha sido implementada exitosamente en variadas problemáticas como: para predecir el uso de transporte público (Heath and Gifford, 2006), modelar los cambios en el modo de viaje luego de una intervención (Bamberg, Ajzen et al., 2003), explicar el comportamiento conservacionista (Kaiser, Hübner et al., 2005), explicar y predecir el proceso de adopción del comercio electrónico analizando dos tipos de comportamiento: obtención de información y compra de artículos a proveedores web (Pavlou and Fygenson 2006), para explicar la decisión de tener hijos en parejas de 18 a 40 años (Dommermuth, Klobas et al., 2011), evaluar los patrones de consumo de alcohol en una muestra compuesta por mujeres pertenecientes a una fraternidad (Huchting, Lac et al., 2008), investigar las variables relevantes en el inicio del proceso de las personas que dejan de fumar (Bledsoe, 2006), para identificar y explicar el comportamiento humano que contribuye a incumplimientos en el mantenimiento aeronáutico (Fogarty and Shaw, 2010), predecir el comportamiento de conductores que sobrepasan los límites de velocidad (Warner and Åberg, 2006) y analizar el comportamiento de consumo de peces en Bélgica (Verbeke and Vackier, 2005).

La *PCC* es una de las variables más estudiadas de la *TPB*. Kaiser y Gutscher et al., (2003) exploraron si la *PCC* pierde relevancia como factor predictivo directo del comportamiento cuando éste es general y no específico.

Para esto midieron 6 comportamientos específicos (reciclar papel, reciclar vidrio, no usar el automóvil en el centro de la ciudad, pertenecer a una organización ambiental, limitar la velocidad en autopistas, señalar a otros cuando no se comportan de manera ecológica) y luego los agregaron en un solo comportamiento general. La *PCC* resultó tener un significativo poder explicativo al analizar el modelo con cada comportamiento por separado.

Sin embargo, al momento de agregar todos los comportamientos en uno general, la influencia de la *PCC* ya no era significativa en el comportamiento. Los autores explicaron que una gran cantidad de comportamientos no se pueden contraer en un sólo indicador único de

comportamiento, debido a que la agregación de comportamientos nubla la varianza de estos comportamientos específicos, convirtiéndolos en impredecibles.

También se han realizado comparaciones de la *TPB* con otros modelos de comportamiento. Kaiser et al., (2005) estudiaron el desempeño de la *TPB* y el modelo Valor-Creencia-Norma (modelo que se describe más adelante en este informe) respecto a su capacidad de explicar el comportamiento de conservación.

Los autores plantearon sus dudas acerca de la necesidad de incluir una componente moral en los modelos, debido a que la *TPB* explicaba el 76% de la varianza de la intención de comportamiento y un 95% de la varianza de comportamiento de conservación, valores mayores a los encontrados por el modelo Valor-Creencia-Norma, aun cuando los conceptos morales no se abordan de manera explícita en esta teoría.

Esta teoría también ha sido aplicada con algunas variaciones, por ejemplo Lobb et al., (2007) analizaron cómo el comportamiento de compra de alimentos podría ser explicada y predicha mediante la aplicación de la *TPB* y tomando en cuenta la percepción de riesgo y la confianza en la información sobre seguridad de los alimentos. Los autores concluyeron que la actitud es una variable clave para explicar el comportamiento de comprar pollo, mientras que la confianza en la información sobre seguridad de los alimentos proporcionada por los medios reduce la probabilidad de llevar a cabo dicho comportamiento.

#### **2.1.5 Modelos acerca de Preocupaciones Morales y Normativas**

Este modelo de investigación se centra en que la motivación de los individuos para actuar pro-ambientalmente se basa sobre su preocupación en otras personas, otras especies o la biósfera. Dentro de esta línea se encuentran el Modelo Activado por Normas y el Modelo Valores-Creencias-Normas, los cuales se describen a continuación.



### 2.1.6 Modelo de Activación de Normas

El modelo activado por normas (*Norm Activation Model*, NAM) postula que las normas personales son determinantes directos del comportamiento altruista o pro-social del individuo (Bamberg and Möser 2007). Estas normas personales se refieren a las normas interiorizadas por cada individuo y por lo tanto, varían de un individuo a otro, no así las normas sociales que son compartidas por todos los miembros de un grupo (Castro, 2001).

El NAM se compone de cuatro variables que explican el comportamiento. La primera variable, *Valores* se refieren a los valores personales de cada individuo y es en función de éstos el de activar las normas personales. La segunda variable, *Norma Personal* se refiere a la obligación moral de realizar o abstenerse de llevar a cabo un comportamiento. La tercera variable, *Conciencia de las Consecuencias*, se define como la percepción del individuo acerca de las consecuencias que tendrá su acción o inacción. La cuarta variable, *Atribución de Responsabilidad*, se refiere a que el individuo debe atribuirse al menos parte de la responsabilidad por el estado de aquello que derivaría de su acción o inacción (García-Mira, 2001).

En relación a los Valores, Schwartz (1992) propone una clasificación general de 56 valores. La importancia de cada valor puede variar entre personas y culturas, pero se ha identificado que la estructura de éstos es universal (Schwartz, Melech et al., 2001). Los valores pueden ser agrupados en once tipos motivacionales: Auto-dirección, Estimulación, Hedonismo, Logros, Poder, Seguridad, Conformidad, Tradición, Espiritualidad, Benevolencia y Universalismo. Cada uno de estos tipos motivacionales se compone de una serie de valores, estos 56 valores pueden dividirse en dos grandes orientaciones: la orientación de auto-trascendencia (*self-transcendent*), que incluye los valores altruistas y biosféricos como universalismo y benevolencia; y la orientación de auto-mejora (*self-enhancement*), que incluye a los valores

egoístas relacionados con la búsqueda de intereses personales, tales como la energía y el rendimiento.

Sin embargo, esta estructura dual de valores no era suficiente para explicar el comportamiento ambiental. Es por esto que Stern (2000) decidió dividir en dos partes la orientación de auto-trascendencia, convirtiéndola en la orientación altruista y orientación biosférica. A pesar de este gran avance, aún no era evidente la diferencia entre estas nuevas orientaciones, y es así como De Groot y Steg (2007) mediante la aplicación de una encuesta a cinco países de Europa (República Checa, Holanda, Italia, Suecia y Austria) demostraron que la estructura de valores es universal, a pesar de las diferencias culturales.

Además, estos autores mostraron que para entender el comportamiento ambiental, es necesario estudiar tres orientaciones de valores diferentes: orientación de valores altruistas, orientación de valores egoístas y orientación de valores biosféricos. La *orientación egoísta* se basa sobre la valoración que el individuo hace de sí mismo por encima de los demás y sobre otros seres vivos. La *orientación social-altruista* se refiere a la preocupación por el sufrimiento de otros debido a los problemas medioambientales. Finalmente, la *orientación biosférica* se preocupa por el sufrimiento de todos los seres vivos.

## CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN POLÍTICA E INTENCION DE VOTO

### 3.1 Análisis propagandístico, económico y político

Existen conexiones directas entre el análisis de la propaganda y la Economía Política de la Comunicación, en la forma de investigaciones de EPC que son también investigaciones sobre la propaganda. Por ejemplo, el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman se formuló en el libro de 1988 *Manufacturing Consent*, que cuenta con el subtítulo *The Political Economy of the Mass-Media*. Hasta cierto punto, es un modelo de propaganda articulado sobre bases propias del análisis institucional y la economía política mediáticas.

El primer filtro del modelo de propaganda, de hecho, es un filtro de naturaleza económica, relativo a la «magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación» (Chomsky y Herman, 1990: 24); es decir, la configuración empresarial del mercado de los medios. Para Ana I. Segovia, este primer filtro «se ha convertido en el preponderante del modelo [...]. Se podría decir incluso que de él derivan los demás» (2006a: 115).

Lo que evidencian los análisis de Herbert I. Schiller es bastante similar a la crítica de una comunicación de tipo propagandístico. En el influyente *Comunicación de masas e imperialismo yanqui* (*Mass Communications and American Empire*, de 1970), Herbert I. Schiller denunciará que la industria de la comunicación estadounidense ha desarrollado un programa consciente de influencia a través del control de la información, las imágenes o la formación de la opinión pública, con el fin de conseguir poder en un contexto histórico donde el mundo de los negocios estadounidense «ha sido consciente de la importancia de los

medios de comunicación de masas y se ha servido enérgicamente de ellos desde el advenimiento de la radio (...)» (Schiller, 1976: 18).

El resultado es un nuevo imperialismo, distinto según Schiller al del pasado, y basado en un imperio «regido con optimismo por un cuerpo ejecutivo-industrial capitalista, que adoctrina una comunidad consumista estratificada en razón de sus ingresos y raza. Una combinación de los medios de comunicación proporciona el ingrediente ideológico fundamental de una sociedad opulenta: el concepto de la buena vida» (Schiller, 1976: 12). Según Schiller, entre las consecuencias de la expansión de los medios de comunicación comerciales estadounidenses se encuentran «la propaganda y difusión del orden económico y del sistema de valores norteamericanos en cualquier rincón del mundo» (1976: 90).

Como dice Herbert I. Schiller sobre otro de sus libros: «Con *Mind Managers*, traté de demostrar cómo funciona el sistema en el interior del país; sus mecanismos para obtener la aceptación y el apoyo públicos» (Herbert I. Schiller, en Mosco, 1993: 122).

A partir de indicios como estos, formulamos la hipótesis básica de trabajo: es posible establecer una conexión teórica fructífera entre la investigación en Economía Política de la Comunicación y la investigación en propaganda, debido a la existencia de vinculaciones conceptuales profundas entre estos dos ámbitos.

Una pregunta de investigación específica derivada de esta hipótesis sería: ¿qué dirección adoptaría la investigación en propaganda siguiendo los presupuestos de la Economía Política de la Comunicación?

Desde un punto de vista comunicacional el objeto de estudio de la Economía Política de la Comunicación no parecer ser único (Segovia, 2006b): estudio de los procesos económicos y las políticas de comunicación (y su influencia en otras instituciones sociales), estudio de la comunicación y los medios de masas como mercancías generadas por la industria capitalista, análisis de los modos de producción y consumo cultural en las sociedades capitalistas.

La economía política «recorre todo el proceso comunicativo, desde el estudio del emisor hasta el análisis de la producción de contenido y su recepción», según Segovia Alonso (2001: 30). Efectivamente, los objetivos de la EPC pueden integrar las esferas del emisor, el mensaje y el receptor. Golding y Murdock (cfr. 1996: 19-29) señalan tres áreas de análisis de la EPC crítica: la producción de bienes culturales, el análisis de textos y de las representaciones presentes en productos mediáticos, y el consumo cultural. La publicidad también parece ser objeto de estudio de la EPC, como evidencia el texto clásico de Smythe “Las comunicaciones: “Agujero Negro” del Marxismo Occidental” (1983).

Más aún, el objeto de estudio de la EPC puede ir más allá de lo estrictamente comunicacional, entroncando con la economía política en general:

"the development of political economy in the cultural sphere is not a mere matter of theoretical interest but of urgent practical political priority. So long as Marxist analysis concentrates on the ideological content of the mass media it will be difficult to develop coherent political strategies for resisting the underlying dynamics of development in the cultural sphere in general which rest firmly and increasingly upon the logic of generalized commodity production. In order to understand the structure of our culture, its production, consumption and reproduction and of the role of the mass media in that process, we increasingly need to confront some of the central questions of political economy in general,

the problem of productive and non-productive labour, the relation between the private and public sectors and the role of the State in capitalist accumulation, the role of advertising within late capitalism, etc." (Garnham, 1986: 31).

La EPC se ocupa de ámbitos de investigación como las audiencias, la mercantilización del contenido de los medios, o la mercantilización del trabajo de los medios (Mosco, 2006), y algunos de estos ámbitos también van más allá de lo estrictamente comunicacional. Incluso, la EPC ha ido más allá de la atención a la clase social (que se considera central para entender la vida social) y ha dado cuenta, por ejemplo, de la intersección entre estudios feministas y economía política de los medios (Mosco, 2006: 72).

Dentro de este amplio panorama de opciones que proporciona la investigación en EPC, ¿cuáles serían de interés para el estudio de la propaganda? Podría decirse que las áreas de investigación prioritarias de la EPC atienden fundamentalmente al estudio del emisor, o bien del emisor y el mensaje. Las siguientes palabras de Vincent Mosco (2006: 67) son reveladoras respecto al peso que tienen esos elementos comunicacionales en la EPC:

La Economía Política de la Comunicación se ha destacado por su énfasis en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación. Aunque no ha rechazado la mercancía en sí misma y el proceso de mercantilización, la tendencia ha sido a poner en primer plano las instituciones corporativas y gubernamentales. Cuando se ha ocupado de la mercancía, la economía política ha tendido a concentrarse en el *contenido* de los medios más que en las audiencias y el trabajo implicado en la producción mediática. El énfasis en las

estructuras de los medios y el contenido es comprensible en vista de la importancia de las compañías globales de medios y el crecimiento del valor del contenido mediático.

Las dos áreas de investigación destacadas por Mosco, el emisor («instituciones corporativas y gubernamentales») y el mensaje («el *contenido* de los medios») supondrían un buen punto de partida para vincular el estudio de la propaganda y la EPC. Por un lado, tendríamos algunas de las instancias de poder que suelen generar propaganda; por otro, el contenido de los mensajes. En resumen:

1) *Ámbito del mensaje*. Puesto que lo más inmediato cuando investigamos la propaganda es el estudio de los *mensajes propagandísticos*, la concentración en cuestiones de ideología y cultura (Murdock, 2006: 17) parece un ámbito bastante fructífero *a priori* para el estudio del mensaje propagandístico y su contenido. Sería el ámbito de la *superestructura ideológica*.

2) *Ámbito del emisor*. En un ámbito de estudio como el señalado anteriormente no pueden olvidarse las entidades generadoras de los mensajes de propaganda, con lo cual se hace preciso disponer de datos sobre la configuración institucional y ligazones de los medios con el poder. Sería el ámbito de la *infraestructura económica*.

Como intento de vincular ambas esferas de estudio, proponemos que la vinculación entre los condicionantes estructurales (económicos) y el contenido super estructural de los mensajes (ideológico) es asimismo la clave para incardinar las herramientas conceptuales que puede aportar la EPC al estudio de la propaganda. Para conectar la teoría de la propaganda y la teoría de la EPC es importante la idea de que «the representations present in media products

are related to the material realities of their production and consumption», por usar palabras de Golding y Murdock (1996: 19). La conexión entre la vertiente económico-institucional y la vertiente de los contenidos del mensaje podría describirse, en términos de los citados Golding y Murdock, como «*The Production of Meaning as the Exercise of Power*» (1996: 19); una expresión que también podría describir al mensaje propagandístico.

Dan Schiller (1999: 90) señala dos segmentos en la tradición académica estadounidense:

"The first is constituted by analyses of the political economic pressures and constraints that routinely act on a great range of contemporary communications and cultural practices, thereby permitting capital to dominate their content and form to a greater or lesser degree (...). The second is constituted by studies of the ascending status of the communications industries within the accumulation process of an "informationalized" global capitalism."

El primer tipo de análisis es el relevante para la investigación en propaganda, pues consideramos que reformula en otros términos la vinculación infraestructura-superestructura. La vinculación entre lo económico y lo cultural también está presente en la economía política crítica planteada por Golding y Murdock, y caracterizada por «its focus on the interplay between the symbolic and economic dimensions of public communications. It sets out to show how different ways of financing and organizing cultural production have traceable consequences for the range of discourses and representations in the public domain and for audiences' access to them» (1996: 11). La idea de Herbert Schiller de que la Economía Política de la Comunicación trabaja tanto en la estructura como en la infraestructura (Segovia y Quirós, 2006) abre varios ámbitos de estudio en el caso de la comunicación propagandística: instancias de poder económico, empresas mediáticas, y mensajes. Con ello, introducimos un elemento fundamental: los medios de comunicación.



### **3.2 Intención de voto**

Se refiere a la intención que manifiesta el ciudadano a realizar una acción de participar políticamente, ya sea de forma convencional o no convencional, se mide como la posibilidad de llevar a cabo cierta acción, como por ejemplo: la comprensión que el ciudadano considera que tiene sobre ciertos temas políticos, los sentimientos que le produce la política, las repercusiones que percibe que tiene su participación como votante, el interés mostrado y la frecuencia con la que se informa acerca del tema.

A principios de siglo y en un intento por analizar y explicar la conducta política observada en relación con una concreta organización legal, los científicos sociales, comenzaron a realizar estudios de investigación sobre la conducta electoral, las opiniones y la adhesión a los partidos políticos con una orientación predominantemente demográfica ya que se empleaban los datos censales agrupados por distritos electorales, barrios o condados. Estos estudios se centraban en cuestiones relacionadas con la tasa de participación y abstención, la proporción de votos independientes, los votos de acuerdo con la línea de los partidos y la división del voto según características sociales y económicas para detectar su influencia en el comportamiento electoral (Eldersveld, 1951).

Existe un modelo presentado por (Fara, 2006), que explica que en toda elección se debe definir porque se está votando: ¿cambio?, ¿continuidad?, ¿liderazgo?, ¿soluciones?, afirmando que existen dos variables en américa latina a tomar en cuenta para medir el interés de la ciudadanía: la participación del Estado en la economía y el papel del gobernante. El modelo explica la polarización que se vio en las elecciones presidenciales en México en 2006, donde parte del país considera como prioridad combatir la pobreza y otros

fomentar el empleo. También cabe destacar que durante esas elecciones se provocó el abstencionismo por parte del votante como una acción para demostrar su interés en un cambio, es por ello que Fara afirma, que cuando la intención de voto y la participación de la ciudadanía aumentan, influye determinantemente en el país.

## **CAPÍTULO IV: NORMAS, VALORES Y CREENCIAS**

### **4.1. Normas y Creencias**

En conjunto, las normas y las creencias constituyen las características centrales de la cultura, junto con el lenguaje, los valores y las prácticas (Kuh, 1995), de manera que, al conocer la estructura normativa de un grupo y las creencias que cada individuo ha construido con base en su experiencia, se puede comprender y saber la influencia que ese grupo y cada individuo tiene sobre el comportamiento de sus miembros. De esta manera, las normas se pueden constituir como los lineamientos de comportamiento, mientras que las creencias se pueden entender como el contenido del pensamiento. Podemos afirmar, además, que las normas son aprendidas, desde muy temprana edad, como categóricas y universales dentro del grupo de referencia, por lo que poseen para sus miembros una función de guía de la conducta, al regular el comportamiento social, y a las cuales los individuos deben ajustarse de forma obligatoria (Cialdini, Reno & Kallgren, 1990).

Triandis (1996) señala que las investigaciones en torno a la evaluación de la cultura tienen en común la medición de las creencias, normas, roles y autodefiniciones a través de instrumentos cuantitativos. Por su parte, Hofstede (2001) señala que la medición de la cultura a nivel individual es una estrategia viable para ver sus efectos, manteniendo la posibilidad de comparación entre los miembros de un grupo cultural y entre otros grupos.

Es así que una cultura específica se convierte en el escenario en el que se da el proceso global del desarrollo humano y se establecen los parámetros históricos e ideológicos alrededor de sus estructuras sociales (familia, escuela) y grupos de personas (etnias, géneros, edades, niveles socioeconómicos [NSE], regiones), proveyendo la estructura conceptual y las

herramientas con las cuales los individuos construyen significados individuales (Valsiner & Lawrence, 1997).

Ahora bien, al desglosar la cultura, encontramos que las normas, uno de los componentes, son: (a) reglas y expectativas sociales a partir de las cuales un grupo regula la conducta de sus miembros (Díaz-Loving, 2011); (b) ideas y/o patrones de creencias acerca de cuál es la conducta correcta y/o esperada de un grupo en particular (Gibbs, 1981; Triandis, 1994) y (c) reglas que establece un grupo en relación con lo que resulta apropiado o inapropiado, en términos de comportamientos y formas de pensar, sentir y ser (Díaz-Loving, 2009; Gelfand, 2012). En síntesis, las normas son reglas y expectativas sociales a partir de las cuales un grupo regula la conducta de sus miembros, convirtiéndose en la memoria colectiva de los individuos (Díaz-Loving, 2011); del mismo modo, fundamenta las ideas y/o patrones de creencias acerca de cuál es la conducta esperada de un grupo o individuo en particular (Gibbs, 1981; Triandis, 1994).

Otro factor fundamental de la cultura son las creencias. Estas son el elemento cognoscitivo de la actitud de una persona y se definen como la relación percibida entre un objeto y un atributo; esta asociación es pensada en términos de una probabilidad subjetiva. Asimismo, las creencias son el componente cognoscitivo de la cultura subjetiva y permiten a los individuos realizar categorizaciones necesarias para hacer el mundo más estable y tomar decisiones en el medio social. Igualmente, son la base de las evaluaciones que las personas realizan (Matsumoto, 2001), con fines adaptativos a su medio. De ese modo, al ser antecedentes de las actitudes y de la conducta, permiten a las personas evaluar las conductas apropiadas dentro de una cultura determinada (Díaz-Guerrero, 1994; Triandis, 1995), lo que evidencia la estrecha relación que guardan con las normas. Cada creencia representa una pieza de información que la persona tiene acerca de algún objeto, sujeto o evento, información que en su conjunto provee de una cosmovisión que se obtiene a través

de las experiencias de socialización y endoculturación que se absorben a lo largo de la vida de los individuos (Díaz-Loving & Draguns, 1999), y que son influidas por variables sociodemográficas, como edad, nivel educativo, ocupación, clase social y sexo (Davidson & Thomson, 1980).

#### **4.1.1 Creencias personales**

Existen diversas aproximaciones sobre el significado de la cultura y la forma como esta influye en el ser humano, planteadas desde disciplinas como la sociología, con los trabajos de autores como Durkheim (1893/1998) o Parsons (1968), y la antropología con Mead (1937), por mencionar algunos. En la psicología el estudio de la influencia de la cultura prácticamente comenzó desde que Wundt (1913/1990) publicó Elementos de Psicología de los Pueblos y en las últimas décadas se destacan los trabajos de Díaz-Guerrero (1994, 2001), Hofstede (1980), Schwartz (1994) y Triandis (2001), entre otros.

Hofstede (1980), por ejemplo, propuso que la cultura es la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo de aquellos que pertenecen a otros conjuntos de personas. Más tarde, Triandis (1994) considera que la cultura es el conjunto de elementos subjetivos y objetivos hechos por los seres humanos que sobrevivieron a los cambios generacionales, porque resultaron satisfactorios para los miembros de un mismo nicho ecológico, y fueron transmitidos de una persona a otra, gracias a que compartían un lenguaje común y a que vivían en un mismo lugar y tiempo. Para Matsumoto y Juang (2013) la cultura es el conjunto de actitudes, valores y creencias compartidas por un grupo de personas, pero que al mismo tiempo son diferentes para cada individuo, y se transmiten de una generación a otra. En conjunto, la cultura es un fenómeno compartido por los individuos y hace referencia a contenidos como los significados, las actitudes, los valores, las creencias y las normas, y son transmitidos intergeneracionalmente.

Triandis y Gelfand (2012) sugieren diferenciar los estudios culturales en dos grandes grupos: aquellos que se ocupan de la cultura objetiva, que es entendida como aquellos patrones de conducta que suceden dentro de un contexto o hábitat social, y los estudios de cultura subjetiva, entendida como las estructuras de significado compartido, cuyos componentes son los valores, las normas y las creencias.

Matsumoto y Juang (2013) mencionan que los ámbitos en los que se ha estudiado el impacto de la cultura son muy variados, destacándose: los procesos de aprendizaje, las diferencias por sexo y género, la estructura familiar, las emociones, la personalidad, los desórdenes psicológicos y la conducta pro-social, entre otros. Por su parte, Triandis y Gelfand (2012) añaden a esta lista el impacto de la cultura en las atribuciones, la identidad personal y grupal, la percepción de adversidades cotidianas, el liderazgo, el lenguaje y la comunicación. Para dar claridad a esta diversidad de ámbitos de impacto de la cultura, Van de Vijver, Chasiotis y Breugelmans (2011) sugieren ordenarlos tomando en consideración los siguientes niveles:

Micro: incluye el ámbito psicológico, por ejemplo, la influencia de la cultura en hombres y mujeres. Hofstede (1980, 2001) y posteriormente Matsumoto y Juang (2013) señalan que la cultura afecta de manera diferenciada a mujeres y hombres en temas como la conducta sexual, la religión, la conformidad y la obediencia, la agresividad, la personalidad, la división del trabajo y los estereotipos de género. En ese mismo sentido, Díaz-Guerrero (1967) reportó que en la cultura mexicana la creencia de que “los hombres son superiores a las mujeres” era una afirmación aceptada de forma generalizada.

Meso: incluye los ámbitos grupales y de relaciones interpersonales. Al respecto, Georgas (2011) realizó una investigación que desembocó en un modelo que explica el impacto de la cultura en tres grandes aspectos de la familia: el económico y sociopolítico, en las variables que conforman la estructura familiar y en las variables psicológicas. Existe evidencia empírica

de que en la cultura mexicana la familia es un grupo importante (Díaz-Guerrero, 1987, 1994, 2002), debido a que el mexicano tiene una identidad más familiar que individual; por ello, Flores Galaz, Góngora Coronado y Cortés Ayala (2005) afirman que no es suficiente tomar en cuenta la estructura y funciones de la familia, pues es más relevante conocer las relaciones e interacciones que se establecen entre los individuos que la integran.

Macro: incluye el ámbito social y ecológico. De acuerdo con Van de Vijver et al. (2011), dicho nivel es complejo de abordar desde la psicología, ya que esta se centra en variables individuales y el ámbito ecológico alude a estructuras más allá del individuo. Ejemplos de investigaciones al respecto son los estudios sobre individualismo-colectivismo (Triandis, 1995), el proceso de aculturación de migrantes (Berry, 2011) y el estudio de la obediencia a las normas sociales (Díaz-Guerrero, 1994).

#### **4.1.2 Creencias socio culturales**

Muy cerca de la discusión que hemos expuesto, y con el fin de describir a la cultura subjetiva del mexicano, Díaz-Guerrero (1955, 1967, 1972, 1977) propone el término socio-cultura, postulada como un sistema de proposiciones culturales denominadas premisas psico-socio-culturales (PPSC; Díaz-Guerrero, 1972, 2002). Estas aportan una red de guías conductuales que gobiernan conjuntamente los sentimientos e ideas, jerarquizan las relaciones interpersonales y estipulan tanto los roles que tienen que desempeñarse como las reglas para la interacción de los individuos para cada rol (Díaz-Guerrero, 1982). Una premisa psico-socio-cultural es una afirmación, simple o compleja, que parece proveer las bases para la lógica específica de los grupos. Estas premisas son aprendidas como afirmaciones de las figuras de autoridad por ser significativas para un contexto cultural y son reforzadas por todos los adultos de un grupo sociocultural (Díaz-Guerrero, 1982).

Teniendo esta definición en cuenta, y con el propósito de ofrecer una medida de cultura derivada de la cotidianidad de lo mexicano, Díaz-Guerrero (2002) extrajo de los dichos, proverbios y adagios populares, las normas y creencias prevalentes en la década de los 50, rastreando el apego a sus mandatos en jóvenes en 1970 y 1994. Su conceptualización teórica y operacionalización a través de su instrumento de 123 premisas encuentran eco en diversas regiones del país (García Campos, 2000) y en otros países de Latinoamérica (Alarcón, Comentarios a “Las premisas histórico-socioculturales de la familia mexicana: su exploración desde las creencias y las normas”, 2011). Entre las premisas existen afirmaciones tajantes sobre cómo deben comportarse las personas, las cuales pueden ser consideradas normas. También hay afirmaciones de tipo cognoscitivo que expresan lo que la mayoría de la gente piensa que es correcto o adecuado, es decir, creencias. Recordando que dos de los componentes de la cultura subjetiva son precisamente las normas y las creencias (Triandis & Gelfand, 2012), podemos afirmar que las premisas son adecuadas para los estudios culturales.

Resulta pertinente referirnos a la familia, pues, como se verá más adelante, uno de los temas eje de las premisas es precisamente el de ese grupo primario, en el que se transmiten las creencias y las normas sobre las formas de interacción entre los individuos en diferentes ámbitos de la vida social, tanto públicos como privados. Leñero Otero (1980) sostiene que, en el caso mexicano, el grupo familiar tiene un carácter híbrido, pues, aunque con la conquista española se institucionalizó una cultura occidental judeo-cristiana, al mismo tiempo prevalecen valores y normas de las culturas indígenas originarias, existiendo una superposición cultural que impone sus modelos institucionales a los grandes sectores de la población del país.

Sobran referencias acerca de la vida familiar en la que impera el machismo y en la que las mujeres aparecen como dependientes, sumisas, abnegadas y masoquistas, dando lugar a un



estereotipo que define a los varones como machos y a las mujeres como “marianas”, aun cuando tal imagen no siempre se confirma en la vida real, pues no es poco frecuente que en las familias la autoridad moral y física sean impuestas por las mujeres, quienes también aportan una parte importante del ingreso familiar, o bien que los varones realicen actividades domésticas consideradas como “propias de las mujeres”. Lo que predomina en la realidad es una pluralidad amplia de perfiles familiares que tienen en su origen factores tales como su contexto de pertenencia (urbano o rural) o la clase social (Leñero Otero, 1980).

Entre la extensa literatura producida en los últimos años sobre el funcionamiento de las premisas, podemos enumerar los siguientes estudios. Díaz-Guerrero (1987) realizó una investigación con madres mexicanas y concluyó que las premisas influyen en la relaciones de jerarquía y estatus de los integrantes de la familia. Díaz-Loving, Rivera-Aragón, Villanueva-Orozco y Cruz-Martínez (2011) revisaron el impacto de las premisas en la familia mexicana, concluyendo que en esta las creencias tienen un mayor nivel de acuerdo que las normas. Con respecto al tema de las relaciones interpersonales, Díaz-Loving y Sánchez-Aragón (2002) desarrollaron un inventario de las normas y creencias relevantes al patrón de acercamiento y alejamiento en las relaciones de pareja y Escobar-Mota y Sánchez-Aragón (2013) reportaron que las premisas se encuentran vinculadas con las creencias y normas que favorecen la monogamia.

Moral de la Rubia y López Rosales (2013) encontraron una evidente influencia de las premisas sobre la asignación de los roles de género en el sistema de creencias de hombres y mujeres. Por su parte, Díaz-Loving et al. (2011) encontraron que contar con más años de educación laica aleja a las personas, particularmente a las mujeres, de las premisas tradicionales. Moreno Cedillos (2011) mostró que la educación, la edad, el sexo y el ecosistema ejercen un efecto diferencial en el apego a normas y creencias en personas de la Ciudad de México y de Ciudad Juárez; en este caso, también se encontró un mayor acuerdo

con las creencias que con las normas. Por último, y tomando en cuenta el nivel educativo de hombres y mujeres, Cruz del Castillo, Díaz-Loving y Miranda Nieto (2009) construyeron una escala sobre normas y valores entre universitarios, encontrando que los factores de homofobia, tradicionalismo, clonación, aborto, apertura al cambio, consumo de drogas y apertura sexual eran los que guiaban la concepción cotidiana de las y los participantes; en los factores de homofobia, tradicionalismo y aborto los hombres presentaban un mayor nivel de acuerdo que las mujeres, mientras que estas tuvieron un mayor acuerdo con la apertura al cambio.

Apoyado en las evidencias empíricas de sus investigaciones y los de otras y otros estudiosos del tema, Díaz-Guerrero (1994) propuso una serie de postulados, corolarios y evidencias para formular una etnopsicología científica. Afirma que el objeto de estudio de la etnopsicología son las características de las personas consideradas como miembros de grupos culturales, sociales, religiosos o nacionales, y que el precedente más adecuado para esta ciencia nova son los estudios de carácter nacional y los que con una metodología científica investigan el problema de la identidad nacional y la psicología de los pueblos.

Díaz-Loving y Cortés Mondragón (2011) consideran que la etnopsicología debe tener en cuenta el impacto de las variables sociales, ecológicas y culturales, y también debe ser capaz de descubrir características idiosincráticas que son en apariencia inexistentes en otras culturas y profundizar en las relaciones de los conjuntos de variables desde un punto de vista cultural.

#### **4.1.3 Creencias socio culturales de México**

El conocimiento de las creencias y normas de un pueblo da contexto a los resultados de investigaciones psicológicas. Ello implica obtener el contenido de estos constructos que den significado a estudios de variables individuales, como la personalidad, las actitudes y las atribuciones, entre otras. Para contextualizar a la cultura mexicana, mencionaremos algunos datos que resultan relevantes para comprender la existencia de variados ecosistemas. México es un país heterogéneo, en lo que toca a las características sociales y culturales, y es diverso en cuanto a la geografía.

En primer lugar, 52% de la población son mujeres y 48%, hombres. Otro dato a tomar en cuenta es que, entre las décadas de 1950 y 2010, la población urbana aumentó de 42% a 78% (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2015a). Además, las 32 entidades que forman parte de la República Mexicana pueden clasificarse en categorías, de acuerdo con siete indicadores: infraestructura de las viviendas, calidad de las viviendas, número de habitantes en cada vivienda (hacinamiento), equipamiento de la vivienda, salud, educación y empleo. Así, el país se separa en grupos: el norte tiene las condiciones socioeconómicas más favorables del país, en el centro se observa una condición media, con la excepción del Distrito Federal, que es la única entidad con el nivel más alto en la escala del NSE, y en el sur y parte del Golfo de México se ubican los estados con las condiciones más desfavorables.

Kuh (1995) indica en cuanto a que, en conjunto, las normas y las creencias constituyen las características centrales de cada cultura y que, al constituir la emergencia y trayectoria de las ideas, se obtienen las variables contextuales de determinación del comportamiento; así, las normas se erigen como los lineamientos de comportamiento, mientras que las creencias como la forma en que las personas asimilan y acomodan las reglas para crear sus

pensamientos. La importancia de poder describir los fenómenos culturales para tener una psicología más cercana a las valoraciones de la conducta humana lleva a la creación de una orientación que estudie las variables psicológicas en su contexto cultural.

#### **4.1.3 Creencias socio políticas mexicanas**

En los últimos treinta años la actividad política se ha consolidado como uno de los campos de atención pública más potentes para intelectuales, académicos de las ciencias sociales y medios de comunicación en México. Al lado del lento, pero persistente proceso de desestructuración del régimen político pos-revolucionario que simbolizaban tanto un sistema de partido virtualmente único como un hiper-presidencialismo sin igual en América Latina, la atención pública se concentró, desde los primeros años ochenta, en la compleja dinámica de una oposición de derechas e izquierdas que fue modificando —mediante negociaciones políticas, conflictos locales y reformas electorales de distinto signo— el rostro autoritario de un régimen petrificado, con déficits crecientes de legitimidad, eficacia y estabilidad política y económica.

Este proceso, sus ideas centrales, sus actores, sus estructuras y reglas, así como las nuevas instituciones y los resultados esperados y perversos observados, fueron el objeto de estudio de nuevas generaciones de sociólogos y politólogos de muy diversas escuelas y corrientes teóricas, que conformaron agendas de investigación con una variedad considerable de métodos, productos y orientaciones.

Como señala el conocido epígrafe de Giovanni Sartori en su célebre *Teoría de la Democracia* (1991), "nuestras ideas son nuestros anteojos". Y la ciencia política posee una colección variada de ideas y anteojos con cristales de diversos calibres y alcances. Esa

relación de las ideas con el análisis y la interpretación política (Price, 2008), constituye por sí misma una relación compleja, en la que las teorías políticas se relacionan de modos diversos con los métodos de examen de los fenómenos de la política o las políticas, sus estructuras, sus actores y procesos (Rueschemeyer, 2008).

Teorías difusas e ideas fuertes han permeado los esfuerzos de los politólogos para conformar las agendas de investigación de la ciencia política mexicana. Desde las teorías clásicas de la modernización o del cambio político, hasta las de diversas acepciones de las teorías pluralistas de la democracia, los distintos enfoques neo institucionalistas o los derivados de las teorías de la elección racional, han gobernado de manera importante los estudios sobre el cambio político en México.

A partir de ellos, o contra ellos, se han explorado ideas centrales en temas de la alternancia y la transición política; la construcción de un sistema de partidos equilibrado, competitivo y plural; el funcionamiento de los partidos políticos como organizaciones; los procesos electorales y el régimen político; la gobernabilidad y el orden político.

El resultado de todo es la configuración de diversas "comunidades epistémicas" en la ciencia política mexicana. Algunas más orientadas hacia los métodos clásicos reflexivos, deductivos o interpretativos, mientras que otras se han concentrado en el estudio de los fenómenos políticos desde la perspectiva de las formas de organización y articulación de los actores (Tsebelis, 1990), intereses y reglas de la acción política, mientras que otros más se han encargado de aplicar metodologías cuantitativas más o menos rigurosas para analizar los comportamientos de los "jugadores" bajo consideraciones relativas a los cálculos y posibilidades de elección en un marco de interacciones, constreñimientos y oportunidades dadas (Shepsle & Bonchek, 2005). Otras comunidades se concentran más en la construcción y

efecto de las reglas, la organización y las instituciones en la acción política (March & Olsen, 1989).

Los enfoques constitucionales y normativos de autores como Duverger en los años sesenta, pasaron a los enfoques que desde la teoría de la política marcó la escuela italiana (encabezada por Norberto Bobbio o Giovanni Sartori), pero también de la influencia que los enfoques pluralistas, funcionalistas y comparatistas como el de Easton (1965), Dahl (1971) o Huntington (1968), marcaron en buena medida el territorio de las ideas y métodos de la ciencia política en México (Bokser, 1999). Posteriormente, los textos de autores como O'Donnell y Schmitter (1986), Collier (1985), y del propio Huntington (1994), influyeron en el examen de las transiciones políticas que comenzaron a estudiar los cambios desde las formas autoritarias hacia formas democráticas de ordenamiento político. Temas como la gobernabilidad de las democracias de Crozier, Huntington y Watanuki (1975), o el del estado burocrático–autoritario de O'Donnell (1982), influyeron de manera importante en la creación de agendas de investigación para sociólogos de la política y los propios politólogos en ejercicio o en ciernes.

A partir de estos enfoques, en México se fueron construyendo en la ciencia política distintas maneras de analizar e interpretar los fenómenos políticos. Esta construcción ocurrió de manera compleja, y combinaron de forma diversa los intereses de investigación e interpretación con los "hechos" de la vida política (Romero, 1999). Desde esta perspectiva, se puede identificar la relación entre ciertas ideas dominantes en el análisis político, con la organización de diversas agendas y estilos de investigación en el campo. Así, se puede proponer que la idea de que era necesario caracterizar al régimen político mexicano como condición para comprender mejor su problemática y peculiar conflictividad —una idea asentada fuertemente en los trabajos pioneros de autores como González Casanova (1967), los de Carpizo (1975), los de Segovia (1975), o los de Córdova (1978)— llevó en los años

ochenta a examinar los rasgos semidemocráticos, autoritarios o populistas del régimen posrevolucionario. En la década siguiente, y luego de la rebelión cívica expresada en las elecciones presidenciales de 1988 (Loaeza, 1999), la conflictividad política fue asociada a la crisis del autoritarismo del régimen, lo que dio pie a una oleada de estudios sobre la cultura política, la gobernabilidad, la alternancia política y el sistema electoral y sus efectos en el sistema político. La idea de que la democratización del régimen era la ruta maestra del cambio político dominó fuertemente a buena parte de los estudios políticos de los años noventa.

Finalmente, la aparición a nivel federal del fenómeno del "gobierno dividido" en las elecciones intermedias de 1997, y el desplazamiento del Partido Revolucionario Institucional (PRI) de la Presidencia de la República en el 2000, pavimentaron el camino para la aparición de numerosos estudios sobre los problemas de las relaciones entre los poderes ejecutivo y legislativo, los exámenes puntuales de las organizaciones partidistas y los problemas de desempeño institucional, las políticas públicas o la gobernanza en un contexto democrático. La idea central que parece resaltar en esta última década (la primera del siglo XXI) es que la "nueva conflictividad" política mexicana va de la mano de los problemas de consolidación de la democracia en el país. Las elecciones federales presidenciales del 2006 parecen confirmar la validez de esa idea.

Esto explica la persistente construcción de tradiciones disciplinarias en diversas zonas de la ciencia política doméstica. Comunidades académicas propensas hacia la investigación empírica coexisten con grupos disciplinarios más habituados a métodos ensayísticos e interpretativos basados en la identificación de ideas, discursos o supuestos. Académicos que prefieren el empleo de datos y métodos estadísticos para analizar los comportamientos político-institucionales, se encuentran de cuando en cuando con profesores e investigadores que se concentran más en identificar los imaginarios, los símbolos y las prácticas de las organizaciones políticas, la ciudadanía y el funcionariado público. Politólogos concentrados en analizar las decisiones públicas conviven en ocasiones con politólogos interesados en

comprender la debilidad del Estado. Ideologías, tradiciones formativas, valores y preferencias están por supuesto en el corazón explicativo de las diversas subjetividades que habitan el desarrollo de las comunidades epistémicas de la ciencia política mexicana. Quizá hace falta el desarrollo de una buena "sociología de la ciencia política" en nuestro país, que permita comprender puntualmente las coincidencias y las divergencias de dichas comunidades, los puentes y abismos que las separan y, quizá, los caminos que permitan un diálogo productivo en torno a nuevos temas y enfoques sobre la fenomenología mexicana del poder.

#### **4.2 Consumo de medios de comunicación como área de investigación prioritaria**

En la vinculación entre infraestructura y superestructura, los medios ocupan un lugar fundamental como correas de transmisión que posibilitan, en teoría, el dominio del contenido de la comunicación y la cultura por parte del capital. Por consiguiente, la concepción de los medios como parte de la superestructura ideológica o como elementos integrados en la base económica (cfr. Murdock, 2006: 11) también es un factor importante.

En cualquier caso, y puesto que los medios son los catalizadores de la ideología al materializarla en mensajes comunicativos, destacaremos que lo relevante para la investigación de la propaganda sería la concepción de los medios como parte de la superestructura.

Frente a esto, desde la propia EPC podría destacarse el papel económico de los medios por encima de su función ideológica. Para Segovia Alonso, «sin rechazar la importancia de los medios de comunicación como aparatos ideológicos, la economía política de la comunicación



insiste en la necesidad de centrarse en su función económica, considerando reduccionista la visión del rol de los medios como instrumentos de dominio de las clases en el poder» (2001: 29). Sin obviar el hecho incuestionable de que la EPC debe centrarse fundamentalmente en lo económico, desde el punto de vista del análisis de la propaganda sería más fructífero considerar los medios como potenciales difusores (superestructurales) de ideología conectados con los detentadores últimos del poder en la estructura económica. Como dice Dan Schiller,

"para mí la cuestión fundamental no es tanto la cantidad (cuántos periódicos, medios de radiodifusión, sistemas de cable, puede poseer un determinado capitalista), sino el poder de clase sobre el discurso ideológico. En ese contexto, el asunto de cuántos medios puede tener un capitalista es menos importante que el hecho de que exista un abrumador poder de clase sobre todos los medios, o sobre la mayoría de medios, de forma que si hay diez propietarios y todos están de acuerdo en que los trabajadores deben reducir su nivel de vida, qué más da que sean diez o sólo uno" (Schiller, en Segovia y Almirón, 2008).

Esta cita indica tanto la importancia de las cuestiones ideológicas como el hecho de centrar el enfoque de estudio en el mensaje y las constricciones impuestas al mismo por la clase que detenta el poder («el poder de clase sobre el discurso ideológico»).

El modelo de propaganda de Chomsky y Herman supone un ejemplo aplicado de lo que proponemos. Con el primer filtro del modelo de propaganda, Chomsky y Herman «se centran en una idea clave: los propietarios de los medios de difusión pertenecen a la elite económica y se encuentran en posición de condicionar el contenido que estos medios ofrecen» (Segovia, 2006a: 132). Así, se produce una conexión entre élite de poder y contenido, vía medios de comunicación.

#### **4.2.1 Los medios de comunicación como herramientas del poder**

Más allá de estas cuestiones teóricas intencionales y relacionales, lo cierto es que desde un punto de vista empírico la relación propagandística se materializa en mensajes. Eso es lo que percibimos y, fundamentalmente, estudiamos cuando se analiza la propaganda. Tales mensajes, a su vez, precisan una serie de medios para ser comunicados. Así llegamos a la consideración de los medios de comunicación de masas (que son uno de los tipos de medios instrumentalizables propagandísticamente) como herramientas ideológicas del poder. De esta forma, la EPC permitiría conectar el factor del emisor propagandista con el factor mediático, si bien consideramos que el estudio del emisor cumple una función de anclaje de la perspectiva analítica, conduciéndonos siempre a los condicionantes que pueden afectar a la generación de los mensajes. Como señalaba Dan Schiller: «El centro no son los medios, sino la clase, las relaciones sociales, el poder del estado. Los medios se relacionan con esas cuestiones, pero no son ellos mismos lo central» (Dan Schiller, en Segovia y Almirón, 2008).

No es demasiado aventurado afirmar que, para la economía política crítica, los medios de comunicación son herramientas del poder. Como dice Mosco: «El economista político pregunta: ¿cómo están relacionados el poder y la riqueza? ¿Cómo influyen éstos nuestro sistema de medios masivos, información y entretenimiento?» (2006: 60). Según Herbert I. Schiller:

"Los medios de comunicación social son los brazos ejecutores del sistema. Los gobernantes son capaces de confiar en la ayuda de los medios de comunicación. De cuando en cuando sucede algo y arman un revuelo sobre esto o lo otro, pero si los medios practican algo vagamente parecido a la responsabilidad social, se producirá alarma, cólera y una represalia inmediata en los centros neurálgicos del sistema. Pero como los medios son una parte del sistema de poder, los controladores no tienen nada de qué preocuparse (Schiller, en Mosco, 1993: 133).

En la consideración de los *mass media* como herramientas de poder, fenómenos como la concentración mediática pueden suponer un marco institucional para que quienes detentan riqueza y poder dispongan de un altavoz propagandístico: «La Economía Política de la Comunicación ha tratado tradicionalmente la espacialización como la extensión institucional del poder corporativo en la industria de la comunicación. Ello se manifiesta en el crecimiento absoluto del tamaño de las empresas de medios, medido en activos, ingresos, ganancias, empleados y participaciones accionariales» (Mosco, 2006: 70). La concentración empresarial mediática, así, adquiere una lectura potencialmente propagandística («extensión institucional del poder corporativo»), y no sólo económica. La concentración mediática también puede relacionarse con las asimetrías en cuanto al poder, las cuales se transfieren a las relaciones de tipo propagandístico establecidas entre los poderosos (emisores) y los sometidos al poder (receptores). Como ha señalado Ignacio Ramonet (en Castillo, 1992: 108):

"Al aparecer grupos tan poderosos que reúnen en sus manos, ciertamente muy limitadas, medios de comunicación extremadamente influyentes, esto puede ser un peligro para la democracia, pueden llegar a constituir un peligro para la vida democrática.... Esto puede ser una amenaza para la democracia, en la medida en que para expresarse hay que ser millonario; hay un peligro para la democracia puesto que se crea una discriminación esencial en la cual los ricos pueden expresarse y los pobres no."

#### **4.2.2 El control del pensamiento del receptor**

Como consecuencia del carácter asimétrico y antidialógico de la relación comunicativa que establece, la propaganda puede entenderse como control del pensamiento del receptor mediante el uso de la comunicación (Pineda Cachero, 2006: 168-191). Consideramos que la

idea de control del pensamiento está presente en la EPC. Nos acercamos a un terreno propagandístico cuando en la EPC se habla, por ejemplo, de «industria de la conciencia» (Smythe, 1983), o cuando se considera que los *mass media* son un ejemplo de «mental production» (Garnham, 1986: 24). En *Los manipuladores de cerebros* (titulado en inglés *The Mind Managers*), Schiller da a entender su premisa teórica, cercana a la idea que estamos presentando:

"Los directivos de los medios de comunicación de los Estados Unidos crean, procesan, refinan y gobiernan la circulación de las imágenes y la información que determinan nuestra conducta. Cuando los directivos de los medios producen deliberadamente mensajes que no concuerdan con los elementos reales de la existencia social, se convierten en manipuladores de cerebros. Los mensajes que generan intencionalmente una imagen falsa de la realidad y que producen una conciencia que no puede captar –o que rechaza voluntariamente– las condiciones reales de vida, personales o sociales, son mensajes de manipulación" (1987: 13).

Este es probablemente uno de los puntos de contacto entre teoría de la EPC e investigación de la propaganda más interesantes. La EPC no se limita a los estudios de estructura de la propiedad de los medios de comunicación; también estudia la forma en la que la propiedad mediática influye en la ideología. Entender los medios de comunicación como emisores de mensajes que legitiman el sistema (cfr. Labio Bernal, 2006: 23-24) tiene consecuencias más allá de lo estrictamente institucional-empresarial. Nos lleva a la producción, por parte de los medios, de un determinado «ecosistema» comunicativo con implicaciones políticas, una especie de «clima» o «atmósfera» ideológica que el ciudadano «respira» y que, en última instancia, responde a los intereses de quienes poseen el aparato productivo.

### 4.2.3 Algunos ámbitos de aplicación empírica

Señalamos en este apartado algunos de los ámbitos donde las aplicaciones empíricas de la EPC pueden ser fructíferas para la investigación de la comunicación propagandística. Hay que tener en cuenta, en todo caso, que para que estas aplicaciones empíricas sean fructíferas, la perspectiva económica de la EPC debe cruzar sus aportaciones con una teoría crítica de la sociedad y del poder:

1) *La ideología y la propaganda en los medios de comunicación de las sociedades capitalistas.* Salvo excepciones, la investigación de la propaganda en las sociedades capitalistas suele ser ignorada en el mundo académico, limitándose acaso a la propaganda de guerra o la propaganda política electoral. Mediante la obra de autores como Schiller, Chomsky y Herman, la EPC nos proporciona hipótesis teóricas y argumentos empíricos para reflexionar, como mínimo, sobre las concentraciones de poder en las democracias capitalistas. Desde este punto de vista, la investigación de la propaganda podría ampliar el espectro de lo que tradicionalmente entiende como «poder», dirigiendo su mirada, por ejemplo, más allá de lo estrictamente político y/o gubernamental. Como señalaba Edward S. Herman en relación a su modelo de propaganda: «Las restricciones derivadas de intereses comerciales y lucrativos pesan más que las limitaciones derivadas de un cuasi-control gubernamental» (en McChesney, 1992: 105).

2) El enfoque de la EPC puede ser especialmente fructífero a la hora de estudiar *la ideología y, en su caso, la propaganda presente en los productos de la comunicación y la cultura de masas*. Al tener como uno de sus objetos de estudio prioritario los medios de comunicación de masas, la EPC aporta a la investigación de la propaganda un marco teórico global sobre el funcionamiento de los medios en la cultura, y datos empíricos que puedan vincular los contenidos de los medios con las condiciones de propiedad de estos últimos. Cuestiones

particulares como la del imperialismo mediático (cfr. Mosco, 1996: 75-76; Schiller, 1976) suponen un ámbito de gran interés para el estudio de la propaganda contemporánea.

3) *Las conexiones que puntualmente se producen entre propiedad mediática y actividad electoral.* El caso de Silvio Berlusconi sería ejemplar al respecto: un magnate de los medios de comunicación italianos (Mazzoleni, 2004) que se presenta a elecciones. En este caso, el punto de análisis fundamental sería ver cómo interactúan los contenidos de los medios propiedad del magnate mediático objeto de estudio y la campaña política del mismo; en otras palabras, cómo interactúan los contenidos mediáticos y la propaganda política.

Un ámbito empírico estrechamente relacionado con éste sería el del estudio de las interacciones entre propiedad mediática, ideología y apoyo a opciones electorales por parte de propietarios de empresas mediáticas, los cuales no entran directamente en la política. Sería el caso, por ejemplo, de Rupert Murdoch (cfr. McKnight, 2003; Brock, 2005: 313-346, 379-391). Según Aurora Labio Bernal (2006: 77):

"... muchos de los grandes grupos de comunicación[...] van a apoyarse en la clase política del país para aumentar sus negocios aunque ello pueda incluir una posición dominante en el mercado o pueda poner en peligro la libertad de información. La estrategia seguida por los políticos va a ser la permisividad en la concentración de medios en manos de unas pocas empresas y la tendencia a beneficiar siempre a los mismos en la concesión de licencias o en la falta de obstáculos para seguir creciendo."

Para esta autora, los candidatos reciben a cambio el apoyo incondicional de los medios de los grupos, contando por ello con recursos propagandísticos (cfr. Labio Bernal, 2006: 77).

#### **4.2.4 Consumo de medios culturales y recreativos**

En torno a la convergencia cultural, la sociedad avanza hacia el despertar de lo que Manuel (Castells, 2011) denomina como “audiencia creativa”, un modelo de relación entre usuarios y medios de comunicación en donde los receptores se comportan de forma proactiva y discursiva, se convierten en productores y consumidores (prosumer), producen significados a través de la interacción que se establece mediante Internet y los medios sociales. La audiencia creativa, una parte de la audiencia social, está conformada por quienes además de escribir en Twitter logran modificar los contenidos emitidos por los medios, consiguen alterar la opinión y dar un nuevo sentido a los programas y eventos transmitidos.

En un ambiente marcado por la participación de los ciudadanos y las adaptaciones que los medios hacen para atender a la comunidad surgió el concepto de “convergencia cultural”, propuesto por Henry (Jenkins, 2006), con el cual “intenta describir y comprender los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales y las nuevas relaciones entre medios, audiencias y productos mediáticos en la sociedad contemporánea cuyo actor principal son las audiencias participativas” (Ciuffoli y López, 2010, p. 112 en Ferreras, 2011, p. 7). De la mano de los usuarios los medios también tratan de adaptarse a formas de uso y consumo hasta ahora desconocidas. En tal sentido el éxito de las empresas de televisión tradicional “estará condicionado en gran medida por la capacidad de adecuarse a esta nueva situación y ofrecer a sus espectadores nuevas posibilidades de consumo audiovisual” (Vinader & De la Cuadra, 2012)

Internet y las redes sociales influyen en los comportamientos de las personas, han “logrado vencer las barreras comunicacionales de los hombres” (Valle, 2013), pero demandan que los usuarios y emisores aprendan a leer las modificaciones que provocan para que diseñen estrategias adecuadas de relación; las únicas constantes son la incertidumbre y el cambio (Gallego, 2013). Mientras tanto, la convergencia cultural y las audiencias creativas inciden para que los “comportamientos humanos estén influenciados tanto directa como indirectamente por el uso de tecnología” (Chih-Hui & Tang, 2015). Por ello no es extraño que tanto Facebook como Twitter sean interesantes ejemplos de convergencia entre viejos y nuevos medios, entre productores y espectadores (Jenkins, 2006) es por ello que en la televisión social el espectador “es capaz de estar conectado con otros usuarios a través de la red mientras consume en tiempo real un determinado contenido” (Vinader & De la Cuadra, 2012).

Para que los programas de cultura y educación dejen de ser los “grandes ausentes” en las parrillas de programación, se sugiere no perder de vista el tándem lúdico-afectivo que debería caracterizar a la creación cultural, así como emplear las tecnologías más eficaces para su difusión y recepción. Las tecnologías y redes sociales son importantes elementos emergentes de relación y comunicación, pero el objeto central de los contenidos son los conceptos, su valor creativo y capacidad para empatizar con los públicos específicos de la televisión. Cultura y comunicación, como señala la Unesco en “Diversidad de las expresiones culturales” (UNESCO, 2015), tienen la capacidad de producir entornos propicios para el desarrollo humano y cultural. La calidad de contenidos ayudaría en este propósito, podría responder a las demandas de la ciudadanía y establecer mejores interacciones a través de las conversaciones de los medios sociales.

Tanto las empresas de televisión como los promotores, gestores y difusores de esos contenidos culturales deben tener muy en cuenta el nuevo ecosistema de medios y relaciones sociales que se articula a través de las nuevas tecnologías, pero sin descuidar la



importancia del potencial creativo de las ideas, conceptos, valores y estéticas que auto identifican a cada sociedad. Esos son los ejes de la comunicación y la cultura.

### **4.3 Valores**

Si es cierto que la consideración de los valores como aspecto fundamental de la personalidad influye de forma decisiva sobre las acciones de los individuos y que la adolescencia supone una etapa fundamental en el desarrollo de los mismos (Damon, 2004) no son ideas nuevas en el campo de la psicología, también es cierto que la educación en valores parece tomar nuevos bríos en la actualidad.

Hoy día son muchas las voces que reclaman a la escuela un papel prioritario en la formación moral y socioemocional del alumnado, de cara a la promoción de competencias que permitan a jóvenes hacer su contribución a la sociedad y afrontar con éxito su vida personal y profesional. Así, durante las últimas décadas, la investigación y aplicación de programas de educación para el desarrollo emocional y social, que incluyen la formación en valores, han ido en aumento en diversos países (Catalano, Berglund, Ryan, Lonczak y Hawkins, 2004; Pertegal, Oliva y Hernando, 2010), y disponer de adecuados instrumentos de evaluación se constituye como un objetivo prioritario.

Una revisión de los diversos modelos e instrumentos de evaluación de valores nos llevó a identificar los principales instrumentos que tienen como objetivo central la evaluación de valores: Rokeach-Value-Survey (Rokeach, 1973), Schwartz-Value-Survey (Schwartz, 1992), Perfil de valores (Hartman, 1973), Cuestionario de Valores Interpersonales (Gordon, Cuestionario de Valores Interpersonales, 1977), Cuestionario de Valores Personales (Gordon, 2003), Cuestionario de metas para adolescentes (Sanz de Acebo, Ugarte, & Lumbreras, 2003)

y Cuestionario de valores socio personales para la convivencia (De la Fuente, Peralta, & Sánchez, 2006)

#### **4.3.1 Valores personales**

El factor valores personales por su parte incluye dimensiones como integridad, honestidad y responsabilidad, relacionadas con la importancia concedida a la seguridad y fortaleza personal para actuar de forma coherente y siguiendo los propios principios. También constituyen elementos esenciales para el DPA y la madurez personal, por lo que suelen formar parte del currículum de educación en valores (Gordon, 2003).

#### **4.3.2 Valores sociales**

El factor valores sociales está constituido por los valores de compromiso social, pro socialidad y justicia e igualdad social, que presentan un importante componente social. Esta agrupación resulta congruente con la literatura previa ya que la alta relación mantenida entre este tipo de dimensiones ha sido puesta de manifiesto desde numerosos estudios (Bendit, 2000). Además, cabe destacar que estos conjuntos de valores sociales positivos se relacionan tanto con una buena integración social como con una contribución positiva a la comunidad, aspecto destacado desde los modelos de DPA (Lerner, 2004).

El factor valores individualistas recoge a los valores de hedonismo y reconocimiento social, que podrían ser considerados como una sub muestra de valores propios de una cultura más individualista o incluso como contravalores. De hecho, algunos estudios han encontrado relación entre estos valores y el consumo de drogas, mientras que los valores pro sociales protegían frente a dicho consumo (Megías, 2001). Igualmente, cabe destacar y valorar la evidencia que aporta el análisis factorial confirmatorio, al ajustar de manera adecuada las correlaciones de la mitad de la muestra en la validación cruzada, así como los buenos índices

de consistencia interna obtenidos tanto para el conjunto de valores tratados de manera independiente como para las dimensiones de segundo orden presentadas (Clark & Watson, 1995).

#### **4.4 Locus de control**

El locus de control se refiere al punto en el que los individuos creen que pueden controlar cierta situación o eventos que los afectan, es el bienestar subjetivo en la vida de las personas. La definición de locus de control fue establecida por Rotter en 1966 y afirmaba que si una persona percibe que un suceso es circunstancial con su conducta o sus propias peculiaridades respectivamente indelebles, se clasifica como creencia de control interno y cuando la asistencia recibida consecuente a una acción personal, mas no enteramente accidental, a la que se le podría atribuir en nuestra cultura como resultado de “suerte” es lo que se denomina creencia de control externo (Rotter, 1966).

El locus de control es un tópico ampliamente utilizado en la mayoría de ámbitos de la Psicología. Por una parte, se revisa desde la definición original de Rotter de 1966 hasta las acotaciones y transformaciones posteriores del propio autor, en las que amplía, reformula y/o añade constructos; asimismo, se proyecta una revisión del resto de constructos que guardan un parecido de familia con locus dentro del ámbito de la autorregulación conductual, tales como autoeficacia, competencia, atribuciones, etc.

A su vez se categorizan seis necesidades (Rotter, 1977): reconocimiento social y profesional, dependencia de una protección social ante situaciones de castigo y privación, control sobre el comportamiento de otras personas, aceptación por parte de los demás, seguridad en el bienestar físico, e independencia en la toma de decisiones y en la obtención de metas satisfactorias, sin la intervención de los demás.

El valor de necesidad sería la estimación subjetiva de la preferencia por reforzadores relacionados. La libertad de movimiento sería la expectativa media de un individuo para obtener reforzadores relacionados, en relación a un conjunto de conductas relacionadas. Y con situación psicológica se alude a cómo un individuo percibe y valora aquella situación en la que se supone genera expectativas internas o externas.

En Rotter (1978) se encuentra una división ampliada de expectativas generalizadas para solución de problemas, fundamentalmente en su relación con la psicoterapia, como son las expectativas de control, de soluciones alternativas, de confianza interpersonal, de que el propio comportamiento puede ser mucho más efectivo en relaciones interpersonales cuando uno entiende tanto los motivos expresos como los no expresados de los otros, de planificación a largo plazo y situación psicológica, que da lugar a expectativas sobre secuencias de reforzamiento de conductas apropiadas. Se relacionaría con la capacidad para percibir que en una situación concreta unos son los comportamientos adaptativos y ajustados, y no otros cualesquiera.

Autores como Zuroff (1980) proponen que las expectativas generalizadas sean entendidas en una triple vertiente, a saber: expectativas generalizadas de solución de problemas, de reforzamiento y de control sobre los refuerzos. Otros autores (Carver, 1997; Lefcourt, 1982, Weisz y Stipek, 1982) han categorizado diferentes tipos y dimensiones de expectativas, codificándolas nuevamente en torno a las nociones de competencia percibida y contingencia percibida. Levenson (1981), a su vez, vino a diferenciar entre tres dimensiones de controlabilidad voluntaria dentro de locus de control: a) el control interno o internalidad, b) dentro del Locus: control externo o externalidad, la atribución de control externo a los demás como responsables de conseguir ciertos resultados, y c) la atribución de control externo a la suerte.

Mischel (1988) conviene en que Rotter es sin duda uno de los primeros teóricos del aprendizaje que introdujo variables cognoscitivas en el estudio del comportamiento y de la personalidad, y retomando parte de lo propuesto por éste, divide a las expectativas en

expectativas de relación conducta-consecuencia, de relación entre estímulo y resultado, y de capacidad.

#### **4.4.1 Locus de control interno**

Los individuos con un locus de control interno creen que los eventos son el resultado de sus propias acciones y conducta. Esencialmente aquellos con un locus de control interno tienen buen control de su comportamiento y tienden a expresarse mejor socialmente. La conducta sociable se presenta con mayor fuerza en aquel individuo que presenta un locus de control interno.

#### **4.4.2 Locus de control externo**

Aquellos que presentan un locus de control externo creen que otros seres poderosos o el destino determinan los eventos, por lo tanto, es más probable que intenten influir a otras personas, puesto que son más activos y tienden a buscar la información y el conocimiento para saber qué es lo que los hace tener un locus de control externo como tal.

#### **4.5 Motivación altruista**

La preocupación por la formación ética de las personas ha sido, probablemente, una constante desde el principio de los tiempos y ha estado presente en la mayoría de las sociedades desde siempre. Bien sea porque la debilidad de la especie humana ha obligado a sus miembros a vivir en comunidad y ayudarse mutuamente, o por cualquier otra razón desconocida, la realidad es que las sociedades siempre han enseñado a sus miembros a tener en cuenta, en mayor o menor medida, los intereses del grupo, además de los propios. Para lograr este objetivo a lo largo de la historia, se ha ido incluyendo en el proceso de socialización la acción de diversas instituciones, formales y no formales, las cuales han estado orientadas a la consecución de una serie de normas/valores funcionales para cada uno de los sistemas sociales en los que se han desarrollado.

Paralelamente a esta preocupación práctica por la formación ética, en muchas culturas ha surgido también la necesidad de preguntarse por las razones o causas de tales conductas o actitudes, proporcionando explicaciones que van desde las puramente míticas hasta las más científicas, pasando por reflexiones filosóficas. Fruto de estas reflexiones son diversos los términos que nos han legado nuestros ancestros para denominar y caracterizar los distintos aspectos planteados: altruismo, bondad, ética, ayuda, sacrificio de sí mismo, solidaridad, cooperación, generosidad, valoración positiva del otro, etc.

Tradicionalmente, la responsabilidad de la formación ética o moral de la persona ha recaído, principalmente, en las religiones y sus correspondientes instituciones (escuelas, misiones, iglesias, mezquitas, sinagogas, etc.). No obstante, con la secularización de las sociedades, la religión ha ido perdiendo protagonismo en dicha formación ética a favor de nuevos organismos surgidos con la finalidad común de promover y fomentar valores humanos, utilizando procedimientos distintos a los religiosos. A partir de este momento, y en diversas

sociedades cobran auge las asociaciones, instituciones, colectivos libres de enseñanza, etc., cuya función ha sido estimada en diferentes grados, según el sector social, y el momento histórico en el que se haya formulado dicha valoración.

Actualmente, la preocupación por esta formación ética de las personas en cualquier contexto y cultura sigue siendo una constante. En nuestro país son múltiples las instituciones y organismos preocupados por mejorar el mundo, haciendo actos bondadosos por los demás y por la formación en valores éticos de la sociedad en general. Estos organismos e instituciones se caracterizan, además, por trabajar de manera independiente, aunque mantengan algún tipo de vinculación directa o indirecta con instituciones religiosas o gubernamentales. Estas numerosas organizaciones han venido llamándose en los últimos años Organizaciones No Gubernamentales (ONGs).

La gran proliferación y diversificación en las últimas décadas de estas organizaciones no ayuda a definir globalmente las siglas de ONG. Parece complejo identificar aquellas dimensiones comunes a todas estas instituciones creadas bajo tal denominación. No obstante, a partir del análisis realizado por la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico (CESPAP), se puede entender por ONGs: aquellas organizaciones privadas y con fines no lucrativos, con una estructura relativamente flexible y reducida, que pretenden alcanzar determinados objetivos sociales (como la protección del medio ambiente) o servir a los intereses de determinados sectores sociales (como la atención a las minorías marginadas) (Mezzalama y Schumm, 1993). Ante esta definición, muchas son las posibilidades de acción que se dibujan, y la tónica general es que este tipo de organizaciones reciban el nombre por sus fines (Médicos Sin Fronteras, Greenpeace, Cáritas, etc.) y no por sus resultados.

Teniendo en cuenta que el objetivo de cualquier ONG es prestar un servicio de ayuda a la sociedad desde perspectivas muy diversas (salud, educación, medio ambiente, etc.), y que la

mayoría de estas organizaciones se sostienen tanto con recursos humanos fundamentalmente voluntarios, como con recursos económicos, que en la mayoría de los casos, provienen de la donación desinteresada del resto de la sociedad, parece claro afirmar que tanto su acción como su sustento se fundamentan en acciones solidarias y altruistas. De esta forma, si las ONGs realizan acciones consideradas altruistas, cabe preguntarse si los miembros que llevan a cabo tales acciones, pueden ser también consideradas personas altruistas.

Es decir, hasta qué punto los individuos que participan en estas actividades, mantienen pautas de conducta más allá de las fronteras de la organización, que lleva a las personas de su entorno a considerarlas más altruistas. Ciertamente, hay que señalar que no existe evidencia empírica que responda esta cuestión, ya que, en la actualidad, apenas se cuenta con trabajos de investigación que hayan dedicado sus esfuerzos en analizar si las finalidades propuestas por una ONG se corresponden con los resultados de su trabajo. Hablar de altruismo como valor subyacente a estas organizaciones parece necesario en una sociedad, donde aspectos como el egoísmo, la lucha deshumanizada por el prestigio y el dinero, la competitividad, etc., están cada día más presentes.

#### **4.5.1 Origen de la motivación altruista**

El origen del interés por el altruismo habría que situarlo, probablemente, en nuestros más remotos ancestros. Ya desde la Prehistoria, existía una preocupación por el bien y el mal, representada por dioses que castigaban o beneficiaban, según ellos, en función del comportamiento de las personas. A nivel muy general, se puede decir que se creía que si una persona era buena, generosa y condescendiente con las demás podía ser beneficiada en multitud de aspectos por los dioses (cosechas, hijos, salud, etc.), pero si su comportamiento era egoísta y poco considerado, creían que los dioses se podrían enfadar con ellos y



castigarles duramente con alguna desgracia. En este sentido, se puede decir que a partir de sus creencias, el control de sus vidas estaba en manos de la voluntad externa de dichos dioses y no había lugar para planteamientos más racionales e internos sobre por qué se comportaban de una forma o de otra.

Más adelante con la aparición de la Filosofía en la época griega, la conciencia sobre el bien y el mal, o el altruismo y el egoísmo entre las personas y sus posibles consecuencias permaneció, sólo que a partir de entonces, cuando cobró especial interés buscar su causalidad en la propia persona y no exclusivamente en la voluntad externa de unos dioses. Es decir, se comenzó a intentar dar respuesta a la cuestión de por qué las personas eran egoístas o altruistas. En este sentido, cobraron especial interés las aportaciones de dos filósofos muy destacados de la época, como fueron Platón (428-348 a.c.) y Aristóteles (384-322 a.c.) (Batson, 1991).

Por un lado, Platón relacionó la cuestión del egoísmo y el altruismo con la amistad. Se planteó dar respuesta a dos cuestiones fundamentales: ¿buscar el beneficio de un amigo es un fin en sí mismo, o está dirigido a satisfacer el propio beneficio? y ¿existe algún vínculo entre los amigos que permita trascender el auto-interés?. A partir de estas preguntas, trató de averiguar qué razones personales podrían llevar a un individuo a comportarse bien con otra persona, llegando a las siguientes conclusiones: primero, una persona puede realizar un acto de ayuda por razones egoístas, es decir, por la mera satisfacción de sentirse bien con uno mismo; y segundo, por razones altruistas, a partir de las cuales la persona busca fundamentalmente el beneficio del otro. Sin embargo, y a pesar del esfuerzo realizado, la dificultad que entrañaba resolver estas cuestiones, mermaba la aportación de respuestas satisfactorias que resolvieran el enigma (Batson, 1991).

Por otro lado, Aristóteles, retomando las cuestiones planteadas por Platón, definió la amistad como aquella actitud en la persona que tiende a desearle a los demás aquellas cosas que ella considera que son buenas para su beneficio y no para el suyo propio. Es decir, dejó entrever, que lo que era bueno para uno mismo, también lo era para los demás, por lo que la actitud altruista debía tender a este tipo de comportamientos. Sin embargo, tampoco consiguió resolver la cuestión de por qué las personas actuaban de forma egoísta o altruista (Batson, 1991).

A pesar de no haber resuelto dicha cuestión, parece importante señalar que a partir de estos dos planteamientos filosóficos, se establecieron elementos importantes a tener en cuenta en torno a este debate: por un lado, parecía que el comportamiento de las personas beneficiaba a los demás, lo que suponía un coste considerable para dicha persona; y por otro, que el propio beneficio parecía ser el centro de interés del comportamiento de las personas (Batson, 1991). Con estas premisas, se podían vislumbrar dos posibles argumentos a partir de los cuales los individuos realizaban comportamientos altruistas o egoístas: en un caso, las personas se podían comportar de forma altruista buscando el beneficio de la otra persona en detrimento del suyo propio; y en otro, la persona se comportaba de forma egoísta buscando su propio beneficio.

Estas aportaciones desde un punto de vista filosófico, han sido consideradas el origen de las primeras premisas teóricas, a partir de las cuales se ha intentado averiguar por qué las personas se comportan de manera altruista. Según Savater (1988) dichas aportaciones pueden quedar divididas en tres ideas fundamentales: 1) Las personas realizan actos de ayuda hacia los demás, porque existe algo natural en ellas que les hace comportarse así (Ashley, discípulo de Locke); 2) Las personas llevan a cabo comportamientos altruistas, porque cuentan internamente con una regla o norma interiorizada que les permite comportarse de esa manera (Kant, 1724-1804); y 3) Las personas desarrollan

comportamientos altruistas, motivados por un sentimiento egoísta que les hace sentirse culpables de la situación (Hobbes).

Sin embargo, ninguna de estas tres aportaciones por sí misma consiguió responder a la pregunta sobre la casuística de la conducta altruista. La primera parece obviar la existencia de un aprendizaje social en la persona, al igual que la variabilidad de las circunstancias que acontecen y que influyen en el comportamiento de la misma; la segunda perspectiva parece sobrentender variables de tipo afectivo, individual y situacional que pueden dar una mejor respuesta a la variabilidad de comportamientos que se dan en una misma situación; y por último, en cuanto a la tercera perspectiva cabe decir que aboga por un motivo subjetivo como es la motivación de la persona, donde en diversas ocasiones podrá ser de carácter egoísta, de carácter altruista, y en situaciones extremas, quizás no haya, ni siquiera, una motivación concreta por la que el comportamiento de ayuda se haya llevado a cabo.

Como en muchos otros aspectos, la filosofía no parece satisfacer cuestiones sobre el comportamiento humano, para lo cual es interesante situarse en la ciencia de la Psicología. Como se ha comentado anteriormente, el altruismo ha sido un valor que ha suscitado gran interés desde siempre, por lo que, desde una época más reciente, la Psicología también se ha preocupado en averiguar los entresijos de dicho constructo. De esta forma, el origen de su estudio desde dicha ciencia es mucho más actual y reciente.

Varias revisiones bibliográficas sobre el tema (González, 1992; Zumalabe, 1994; Roche, 1995; Calvo, 1999; Molero, Candela y Cortés, 1999) coinciden en señalar el origen de esta línea de investigación en algunos hechos que despertaron el interés de muchos y desencadenaron una gran cantidad de trabajos centrados en el estudio de este aspecto. En este sentido, destaca como hito histórico el insólito hecho acaecido en la ciudad de Nueva York (USA) el 13 de marzo de 1964: una chica fue asaltada y asesinada en presencia de treinta y ocho

personas que no hicieron nada para ayudarla. La interpelación realizada por un periodista del New York Times, con las treinta y ocho personas que habían observado el hecho y no habían hecho nada por evitarlo, provocará en psicólogos sensibles a los temas sociales un interés por conocer las causas de tal falta de iniciativa en las personas, según esquemas humanitarios tradicionales (Calvo, 1999; González, 1992; Garaigordobil, 1994; Roche, 1995).

Por otro lado, Zusalabe (1994) es uno de los pocos autores que hace referencia a otro hecho de signo totalmente distinto al anterior, que tuvo también sus repercusiones sobre la producción científica a cerca de la conducta altruista. En este caso, el incidente ocurrió en una autopista de Los Ángeles, donde un hombre de mediana edad y poniendo en peligro su vida, rescató a dos muchachas que habían sufrido un grave accidente de automóvil.

A partir de estos hechos tan dispares el interés científico por conocer más sobre estos comportamientos altruistas se acrecienta y se publican los primeros trabajos sobre altruismo, como base para estudios posteriores. Destacan las investigaciones realizadas por Darley y Latané (1968), cuyo principal objetivo era indagar en las variables determinantes de la conducta que las personas llevaban a cabo en situaciones de emergencia similares a las anteriormente descritas. Estos autores llegan a la conclusión de que se produce en los observadores de situaciones de emergencia, un efecto que ellos denominan, “efecto en el espectador” (bystander effect), según el cual, existe una relación inversamente proporcional entre el número de observadores de una situación de emergencia y la conducta asistencial que éstos desarrollan (Darley y Latané, 1968): cuantas más personas presencien y observen una situación de emergencia menos probabilidades hay de que alguien desarrolle un comportamiento altruista. Estos autores hacen hincapié en dos razones fundamentales que justifican este efecto: la primera, el desconcierto que se produce en la persona cuando no sabe lo que ha ocurrido y percibe cierta ambigüedad en la situación a través del comportamiento del resto de observadores; y la segunda, que debido a esta percepción, la

responsabilidad se difumina entre los observadores y al final nadie lleva a cabo la acción de ayudar (López, 1994).

Desde estos resultados y teniendo en cuenta la preocupación social generalizada por abordar con eficacia los problemas de la delincuencia, la agresión y la indiferencia social que caracterizaba en cierta medida a la sociedad americana en la década de los sesenta, se asiste al nacimiento de un nuevo campo de investigación (González, 1992; Calvo, 1999; Molero, et al., 1999). En este sentido, y siguiendo un criterio cronológico, la década de los setenta se caracteriza por el asentamiento de dicha línea de investigación, en la que trabajos como los realizados por Darley y Latané, tuvieron grandes repercusiones y derivaciones dentro de la comunidad científica, dando lugar a interesantes trabajos de investigación.

Todos estos estudios desarrollados en Estados Unidos siguieron una doble tendencia: por un lado ascendente, pues la producción investigadora se incrementó en número, y por otro lado expansiva, ya que cada vez se incluyeron nuevos aspectos y matices en torno a la investigación sobre la conducta altruista (González, 1992; Calvo, 1999; Molero, et al., 1999). En la década de los ochenta, Europa se integró en esta dinámica y los trabajos siguieron manteniendo tendencias ascendentes y expansivas (Calvo, 1999). Los primeros estudios localizados en España se publicaron a principios de los ochenta, pero no será hasta la década de los noventa cuando dicha línea de investigación se asiente e incremente el número de trabajos en torno a este tema. En la actualidad, la cantidad de estudios de investigación es considerable, sobre todo en lengua inglesa.

#### 4.5.2 Conceptualización de motivación altruista

Como ya se ha comentado, el estudio de la conducta de motivación altruista es bastante reciente, lo que provoca que aún haya puntos difusos por concretar. En este sentido, destaca el problema de la definición como uno de los aspectos que necesita mayor atención. De manera similar a lo que sucede al definir operacionalmente cualquier constructo en psicología, en este caso también se requiere un esfuerzo considerable, a la vez que necesario, para obtener resultados fiables y generalizables a otras poblaciones o a otros contextos. Así, el altruismo, como valor social que a menudo se intenta potenciar en los niños dentro del proceso de socialización, no escapa a esta circunstancia. En cualquiera de las revisiones bibliográficas que se han consultado (Fuentes, 1988; González, 1992; López, 1994; Roche, 1995; Silva, 1998; Calvo, 1999; Garaigordobil, 2003) se aprecia la complejidad de la tarea y el poco consenso entre los diferentes autores para llegar a una definición común. Es relevante señalar que hablar de altruismo como valor implica también hablar de conducta altruista, de conducta prosocial y, en última instancia, incluso de conducta prosocial-altruista.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (22ª edición), se entiende por altruismo, toda aquella diligencia en procurar el bien ajeno aún a costa del propio. Considerando por diligencia la actividad o trámite que realiza una persona, es necesario resaltar, en este caso, el concepto de conducta altruista. López (1994) es uno de los autores que mejor une ambos términos. Dicho autor define el altruismo como la disposición, u orientación hacia el bien de los otros que se manifiesta en diversas conductas (pág. 10), y por esas conductas altruistas, entiende que son aquellos comportamientos que benefician a otros, provocando o manteniendo efectos positivos; quien los lleva a cabo lo hace voluntariamente, con la intención de ayudar a los demás y sin anticipar recompensas a corto o largo plazo; y por último, la conducta debe suponer más costes externos que beneficios externos (pág. 10).

Ante estas definiciones, surgen problemas en la práctica científica a la hora de considerar o no ciertos aspectos, como el beneficio que produce dicha conducta o la motivación que debe existir o no en la realización de dicho comportamiento. Con respecto al beneficio, la controversia surge cuando se tiene en cuenta exclusivamente el bienestar que se produce en la víctima y no se valora el posible beneficio que el benefactor pueda recibir. Según González (1992) la inquietud aparece sobre todo cuando se observan situaciones de emergencia concretas en las que se da un beneficio mutuo entre el benefactor y la persona beneficiada.

Si en la definición de conducta altruista sólo está contemplado el beneficio hacia los demás, en el caso de que la persona que lleva a cabo la ayuda también se vea beneficiada, hasta qué punto puede ser considerado dicho comportamiento una conducta altruista. Según el concepto, tan sólo puede ser tenida en cuenta como altruista aquella acción cuyo beneficio recaiga sobre el sujeto en apuros. Esta consideración limita en gran medida el estudio empírico de este tipo de comportamientos, ya que puede haber sucesos en la práctica cumpliendo todas las características externas para ser consideradas conductas altruistas excepto en el beneficio o no que se produce en la otra persona, razón suficiente para no ser admitida.

En un sentido coloquial y académico, al hablar de altruismo uno se sitúa en un acto o actos, realizados por una persona, sin ánimo de obtener un beneficio propio con la intención de ayudar a otros. Es aquí donde surge otra de las dificultades destacadas dentro de la conceptualización del término, ante la necesidad o no de incluir la intencionalidad de la persona en la definición de conducta altruista. Según la misma, la motivación última del benefactor es un aspecto fundamental para determinar si se trata o no de un comportamiento altruista (Silva, 1998). Toda acción de ayuda, si no tiene una motivación interna para hacerlo, no es considerada altruista. En consecuencia, esta definición ha limitado mucho el estudio empírico de dicha conducta, ya que, si no es conocida la intención

de la persona, el comportamiento de ayuda no puede ser denominado altruista, aun cuando el resultado que se haya producido en la otra persona sea positivo y beneficioso para ella.

Ante estas dificultades conceptuales, los autores van a adoptar dos puntos de vista: uno en el que consideran necesario incluir aspectos motivacionales en la definición y que se podrían denominar “motivacionales” y, otro, centrado más en aspectos observables y definibles operacionalmente, que se podrían llamar “conductuales”. Chacón (1986) establece que los autores que apoyan una definición más conductual consideran que este tipo de comportamientos se definen por sus consecuencias y por hechos observables, y no por la intención supuesta de la persona que realiza el comportamiento. Por lo tanto, en este caso no se tiene en cuenta la motivación última de la persona, pues es un hecho supuesto e hipotético, más que observable (Darley y Latané, 1968; Rushton, 1982; Rushton y Sorrentino, 1981; Lumsden y Wilson, 1981).

Por otro lado, los autores que apoyan las definiciones motivacionales, se caracterizan por tener en cuenta dicha intención de la persona que va a realizar ese comportamiento, como un aspecto imprescindible para considerar un acto altruista. Para estos últimos, lo esencial de este tipo de comportamientos es la intención final de ayudar a los demás, sólo esta característica distingue la conducta altruista de otro tipo de comportamientos positivos. En este sentido, cabe señalar otra problemática sobre la motivación, y es que esta puede ser tanto altruista como egoísta, altruista cuando la intención última es favorecer al otro con independencia del propio beneficio, mientras que la motivación egoísta es la que busca un beneficio propio, además o por encima del ajeno. Desde esta panorámica, sólo se valora que un comportamiento sea altruista, cuando se conoce la intención última del benefactor, ya sea altruista o egoísta (Macaulay, 1970; Krebs, 1970; Batson y Coke, 1981; Grusec, 1991; Batson, Darley y Coke, 1994).



Dentro de esta perspectiva motivacional, caben destacar los trabajos realizados por autores como Batson o Grusec. El primero resalta por su dedicación al estudio de la motivación como criterio fundamental para considerar que una conducta es altruista. Calvo (1999) resume su postura en tres principios (pág. 25): 1) La ayuda como conducta puede estar motivada altruista o egoístamente (es la intención y no la conducta en sí, lo que distingue un acto altruista); 2) La motivación para ayudar puede ser compleja, por lo que se incluyen elementos tanto egoístas como altruistas, y además, no tienen por qué presentar un único componente; 3) Incrementar el bienestar de otros es necesario para considerar una conducta como altruista.

Por otro lado, destaca Grusec (1991) como partidario de este aspecto motivacional en la definición de conducta altruista, recopilando algunos trabajos de investigación y destacando los efectos motivacionales más comunes que pueden provocar comportamientos altruistas: como el deseo de interacción social, escapar al sentimiento de culpa, obtener un sentimiento de orgullo, disminuir sentimientos de motivación empática, etc. Algunos de estos aspectos, entre otros, se desarrollarán en profundidad en los capítulos siguientes, ya que a pesar de su compleja definición y operativización, no se puede ignorar que los aspectos motivacionales influyen de alguna manera en la realización de comportamientos altruistas, aunque científicamente sea difícil de demostrar (González, 1992).

Ante esta realidad conceptual, que no deja de ser un obstáculo a la hora de realizar estudios de investigación fiables y con cierto rigor científico, las ventajas de evitar la motivación en esta definición son evidentes, ya que incluir tal aspecto, exigiría una medición de la misma para poder establecer que un acto es altruista. Sin embargo, aún en el caso de poder hacerlo, se continuaría con la dificultad de considerar un criterio o punto de corte a partir del cual se discriminase entre la motivación altruista y la no altruista. Por todo esto, aun cuando el objetivo último es crear una tecnología que fomente comportamientos altruistas, en la

práctica del estudio científico, uno se tiene que conformar con un término más general como puede ser el de conducta prosocial.

Este concepto alternativo que prescinde del criterio motivacional altruista, es considerado mucho más amplio, abarcando cualquier tipo de comportamiento de ayuda que tienda a promover un beneficio positivo en la otra persona.

Según Batson y Powell (2003), la conducta prosocial abarca todas aquellas acciones que tienen como objetivo beneficiar a una o más personas antes que a sí mismo, con conductas tan variadas como la ayuda, la cooperación, la acción de confortar o compartir, etc. Según estos autores el término altruismo se ha estado usando para referirse a una de esas conductas que se engloban dentro del comportamiento prosocial, como es la ayuda en todas sus facetas, tanto de autosacrificio como en ausencia de recompensas externas. Es decir, que la conducta prosocial es un hecho más amplio, dentro de la cual puede estar englobada la conducta altruista.

González (1992) define la conducta prosocial como una conducta social positiva, con/sin motivación altruista. Dicho término tiene las ventajas de abarcar todo tipo de comportamientos de ayuda y aportar consistencia al constructo. Aunque también, para algunos autores presenta la desventaja de no incluir de forma tan específica como la conducta altruista el aspecto motivacional, que como ya se ha comentado, es una característica principal de la conducta altruista (González, 1992; Garaigordobil, 1994). Por esta razón, algunos autores afirman que toda conducta altruista puede ser considerada prosocial, pero toda conducta prosocial no puede ser considerada altruista (González, 1992; Garaigordobil, 1994; López, 1994).

Ante la problemática que el concepto de conducta altruista presenta a la hora de tener en cuenta la motivación última de la persona y el beneficio explícito que se produce en el beneficiario como criterios conceptuales, el término de conducta prosocial, más global y flexible, aparece como alternativa. Dicho término es, para aquellos autores que no consideran como fundamental tener en cuenta en el concepto de conducta altruista la motivación última de la persona, un concepto válido para poder estudiar dichos comportamientos de ayuda (Calvo, 1999).

Por otro lado, y ante la problemática de valorar el beneficio positivo que se produce en la persona que recibe tal ayuda, la conducta prosocial es la alternativa más adecuada, ya que dicho concepto tiene en cuenta el beneficio que se puede llegar a producir, pero no es un criterio conceptual fundamental. En este caso, y sin menospreciar los aspectos motivacionales y/o de beneficios, el concepto de conducta prosocial se presenta como un tipo de comportamiento que abarca un amplio espectro de acciones positivas que tienen que ver tanto con la donación, la cooperación y la ayuda, como con los intentos de confortar y consolar a otras personas que tienen problemas, independientemente de la intención o motivación que le lleve a actuar de dicha manera o el efecto que se produzca en la otra persona.

Después del planteamiento conceptual de altruismo, conducta altruista y conducta prosocial, parece que es esta última definición la que más interés suscita entre los diferentes autores. Aunque, cuando se trata de concretar un poco más el concepto o buscar una definición más precisa para reconocer fácilmente dicho tipo de comportamientos, surgen de nuevo dificultades (González, 1992; Zumalabe, 1994).

Según Fuentes (1990) el criterio para diferenciar la conducta altruista de la conducta prosocial ha sido la motivación de la persona, ya fuera altruista o egoísta. Sin embargo, la

valoración de cualquier aspecto motivacional es una tarea compleja, pues no es algo que pueda ser observado directamente, por lo que sólo se cuenta con el comportamiento observable. De esta manera, el problema no parece que sea el uso de un término u otro, sino el considerar o no en dicha definición la motivación intrínseca o intención última que lleva a la persona a comportarse de esa forma. Esta dicotomía provoca que haya autores que distingan entre conducta altruista y conducta prosocial en función de dicha motivación, como Pilliavin, Rodin y Pilliavin (1969), y otros que no distingan entre una y otra, pues consideran que son dos formas distintas de referirse al mismo aspecto (Rushton , 1982; Roche, 1982).

En la actualidad aún no existe consenso entre los autores y se pueden encontrar definiciones de conducta altruista, donde se tiene en cuenta el aspecto motivacional en los distintos trabajos de investigación realizados y donde, sin conocer dicha motivación, no se admite que un comportamiento sea altruista (Bar-tal y Raviv, 1982; Krebs, 1982; Underwood y Moore, 1982; Batson, 1983; Grusec, 1991; López, 1994). Y por otro lado, definiciones de conducta prosocial donde el aspecto motivacional no es tenido en cuenta como un criterio definitorio y se realizan trabajos de investigación más fiables (Staub, 1980; Wispé, 1978; Strayer, 1981; Eisenberg y Mussen, 1989; González, 1992; Roche, 1995; Miller, Bernzweig, Eisenberg y Fabes, 1995). En uno u otro sentido, existen multitud de definiciones, cuyo análisis resultaría excesivamente tedioso, por lo que, se han seleccionado dos de las más interesantes aportaciones: una propuesta conceptual de López (1994) que distingue entre altruismo, conducta altruista y conducta prosocial, estableciendo un nuevo concepto como es la conducta prosocial-altruista, y la definición de conducta prosocial propuesta por Roche (1995) que no diferencia ambos términos y por lo tanto, no tiene en cuenta el aspecto motivacional, como criterio diferenciador o clasificatorio de tales tipos de comportamiento.

Así, López (1994) distingue, en primera instancia, entre altruismo y conducta altruista, definiendo el altruismo como una disposición, una orientación hacia el bien de los otros que se manifiesta en diversas conductas, considerando la conducta altruista, como aquel

comportamiento que beneficia a otros, provocando o manteniendo efectos positivos; quien lo lleva a cabo lo hace voluntariamente, con la intención de ayudar a los demás, y sin anticipar recompensas a corto o largo plazo; y por último, la conducta debe suponer más costes externos que beneficios externos (López, 1994, pág. 10).

Es decir, este autor valora aspectos externos y resultados de la conducta, pero no olvida que es imprescindible tener en cuenta la intención última de la persona. En segundo lugar, distingue entre conducta altruista y conducta prosocial, entendiendo esta última como, toda conducta que beneficia a otras personas y se realiza voluntariamente (López, 1994, pág. 11). De esta forma, López considera ambos comportamientos de forma distinta y entiende que optar por uno o por otro, cuando se está interviniendo con niños tiene sus inconvenientes: el concepto de conducta altruista puede ser demasiado restrictivo para comprobar que dicha definición cumple todos los requisitos que antes se han expuesto, y el concepto de conducta prosocial puede resultar excesivamente amplio por el número de comportamientos que abarca, provocando una pérdida de interés para la mayoría de ellos.

López propone un estudio de este tipo de comportamientos, sobre todo si se va a trabajar con una población infantil, fusionando ambos conceptos. Para ello hay que tener en cuenta lo positivo de cada uno. De esta forma, surge el término conducta prosocial-altruista: aquella conducta que cumple los requisitos externos de la conducta altruista y algunos aspectos como:

- 1) Beneficiar, de hecho, a otros (no basta con la intención de prestar ayuda).
- 2) Ser voluntaria (que solamente la situación de necesidad del otro sea la que actúe como estímulo elicitor de la conducta).

- 3) Estar bien definida la persona o personas que obtienen los beneficios (para que el beneficiario sea la persona que verdaderamente necesita la ayuda).
- 4) No deben anticiparse beneficios extrínsecos inmediatos (pero se considera que la persona sí puede obtener otro tipo de recompensas intrínsecas que no se deben evitar, ya que son los resortes motivacionales de dicha conducta).
- 5) Suponer más costes externos que beneficios externos.

En este caso, la definición propuesta por López (1994) es interesante ya que cumple con todos los requisitos externos de la conducta altruista, no es un término restrictivo, pues abarca una cantidad considerable de conductas sociales positivas, y en cuanto al aspecto motivacional, no lo considera como un criterio más dentro de la definición, aunque sí admite la posibilidad de la existencia de una intención última de carácter altruista en la persona que lleva a cabo el comportamiento. Sin embargo, uno de los inconvenientes que presenta este concepto, es el hecho de incluir como criterio conceptual el beneficio positivo que se debe producir, de hecho, en los demás, ya que no admite la posibilidad de que existan comportamientos prosociales-altruistas que no beneficien a otros. En ocasiones, es complejo determinar el beneficio que provocan en las personas los comportamientos de ayuda, y no por ello, deben dejar de considerarse acciones prosociales-altruistas.

Valorando una definición y otra y sin olvidar la controversia que existe en la conceptualización de este término en cuanto al aspecto motivacional y del beneficio, en este trabajo se opta por la definición que propone López (1994): conducta prosocialaltruista. Las razones por las que se ha elegido esta definición han sido las siguientes:

- 1) Porque este concepto se adapta mejor a la población infantil y juvenil en la que se va a desarrollar este trabajo de investigación.

2) Porque el aspecto motivacional de la persona, en esta definición, se plantea a partir de la hipótesis de que puede existir una intención en el individuo para llevar a cabo un comportamiento prosocial-altruista, pero no es una condición fundamental a tener en cuenta para establecer que dicho comportamiento ha sido un acto social positivo. Como ya se ha hecho referencia en párrafos anteriores, evaluar la motivación que lleva a una persona a comportarse de forma altruista, es una cuestión muy subjetiva y difícil de valorar con instrumentos fiables. Además, está el hecho de que la motivación no puede considerarse desde un punto de vista categorial (sí/no, hay motivación/no hay motivación), sino que hay que hacerlo desde un punto de vista dimensional (que vaya de menos a más), lo que dificulta, aún más, su medida y la determinación de su papel. Por todo esto, habría que verla más como un valor que se construye, o una característica de la persona que se espera vaya formando a lo largo de su experiencia.

3) Porque es un concepto lo suficientemente amplio, apto para incluir distintos aspectos de la conducta prosocial (dar, compartir, ayudar, etc.), siempre y cuando cumpla los criterios externos de la conducta altruista (tender al beneficio del otro, intentar provocar o mantener efectos positivos; ser voluntaria; no anticipar recompensas; etc.).

La edad: es bien sabido que a mayor edad, mayor probabilidad de llevar a cabo conductas prosociales-altruistas (Peterson, et al, 1977; Payne, 1980; Bat-Tal et al., 1982; Ladd, et al., 1983; Eisenberg y Mussen, 1989; Rehberg y Richman, 1989; Etxebarría, et al., 2003).

Tener o no tener hermanos: los hermanos son una parte importante en el proceso de socialización de las personas, por lo tanto también van a influir en la realización de este tipo de comportamientos que estamos evaluando (Eisenberg y Mussen, 1989; Dunn y Kendrick, 1982; Dunn, 1983).

Posición entre los hermanos: ser el mayor, el menor o ser hijo único va a ser un aspecto importante a tener en cuenta en la conducta prosocial-altruista (Rehberg y Richman, 1989; Caro et al., 2000).

Trabajo de la madre dentro o fuera de casa: cuando la madre trabaja fuera de casa las responsabilidades se reparten de distinta manera, y esto puede ser un factor más que influya en niños y jóvenes para llevar a cabo conductas prosociales-altruistas (Rehberg y Richman, 1989; Yárnoz, 1993; López, 1994; Miller, et al., 1995).

El sexo: Se conoce que los hombres y las mujeres tienen formas distintas de exteriorizar el altruismo, pero la evidencia empírica también demuestra que las mujeres son, de alguna manera, más altruistas que los hombres (Payne, 1980; Midlarsky y Hannah, 1985; Fuentes, 1990; Calvo, et al., 2001; Infante, et al., 2002; Etxebarría et al., 2003).

Vivir con los dos progenitores: la estabilidad familiar parece predisponer de forma significativa a una persona a realizar más o menos comportamientos prosociales-altruistas (Eisenberg y Mussen, 1989; Ortiz, et al., 1993; Yárnoz, 1993; López, 1993; López, et al., 1994b; López, et al., 1998).

Por otro lado, Roche considera que la conducta prosocial es aquel comportamiento que, sin la búsqueda de recompensas externas, favorece a otra persona, grupos o metas sociales y aumenta la probabilidad de generar una reciprocidad positiva, de calidad y solidaria en las relaciones interpersonales o sociales consecuentes, salvaguardando la identidad, creatividad e iniciativa de las personas o grupos implicados (Roche, 1995, pág. 10). Un aspecto, que no es recogido por otras conceptualizaciones y que señala esta definición, es la posibilidad de generar cierto tipo de reciprocidad.



Es decir, la probabilidad que existe de que una persona realice comportamientos pro sociales, porque otra persona, en algún momento, los haya realizado para con ella. Sin embargo, valorar la probabilidad con la que una conducta de ayuda se produce solamente por el hecho de que alguna vez alguien haya tenido esa condescendencia con dicha persona, resulta bastante simplista, ya que esa probabilidad depende de multitud de factores como para que se pueda estudiar de forma aislada e incluirla como criterio fundamental a tener en cuenta en el concepto de la misma.

#### **4.6 Preocupación ambiental**

En la década de 1950 la palabra ‘contaminación’ se comenzó a escuchar con más frecuencia, iniciándose de esta forma, los estudios acerca de los efectos negativos sobre el medio ambiente. En los años 60 la preocupación pasó de los científicos a la gente común, que empezó a sufrir las consecuencias en la vida diaria.

El 15 de junio de 1972, en Estocolmo, Suecia, la Asamblea General de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente, designó el 5 de junio como el ‘Día Mundial del Medio Ambiente’. En aquella ocasión los delegados recomendaron 196 medidas que deberían tomar en cuenta los gobiernos y organismos internacionales para detener la contaminación del suelo, de las aguas y del aire, con miras a hacer más profunda la conciencia universal de la necesidad de proteger y mejorar el medio ambiente.

Las principales celebraciones internacionales del Día Mundial del Medio Ambiente 2005 se llevarán a cabo en las grandes ciudades americanas y europeas, y serán organizadas, como todos los años, por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Su agenda se basa en dar una cara humana a los temas ambientales; dar poder a la gente para que tomen el papel de agentes activos en el desarrollo sostenible y equitativo; promover una comprensión sobre el hecho de que las comunidades pueden cambiar sus actitudes acerca de temas ambientales; y demandar sociedades que aseguren a las naciones y a la gente disfrutar de un futuro más próspero y seguro.

El Día Mundial del Medio Ambiente se puede celebrar de muchas formas. Así, por ejemplo, en muchos puntos del planeta se celebran desfiles de bicicletas, conciertos verdes, competencias de ensayos y carteles en escuelas, plantaciones de árboles, promociones de reciclaje, campañas de limpieza, entre otros. En muchos países, este evento anual es utilizado para incrementar la atención y acción política.

Las autoridades de los distintos países del mundo hacen declaraciones y se comprometen a cuidar la Tierra. Se hacen compromisos más serios que llevan a la creación de estructuras gubernamentales permanentes, las cuales se dedican al manejo ambiental y la planeación económica. Esto también ofrece una oportunidad para firmar o ratificar convenciones ambientales internacionales.

En este Día Mundial del Medio Ambiente ha de examinarse el estado del entorno más cercano. Los ciudadanos han de considerar cuidadosamente las acciones que cada uno debe llevar a cabo, y después, según explican los responsables de esta campaña, han de luchar por una causa común: preservar todo tipo de vida en la tierra.

El planeta proporciona diversos recursos al hombre, y ellos le permiten obtener alimento, vestuario, trabajo, calefacción, etcétera. Todo lo que el hombre encuentre en el ambiente y lo pueda utilizar en su beneficio, representa un recurso natural. Son considerados como tales los bosques, el aire, el agua, los suelos, las praderas, los animales, etcétera. Es fundamental que estos recursos sean usados en forma prudente, de lo contrario, rápidamente se agotan y, como es lógico, esto provoca un deterioro en la calidad de la vida.

Hasta el momento, el hombre ha hecho un mal uso de los recursos naturales. Esto tiene diferentes explicaciones, ya sea por ignorancia, para obtener riquezas, o simplemente por irresponsabilidad.

En nuestro país, lo anterior ha resultado en muchas hectáreas de suelos perdidos, bosques destruidos y otros que no se han renovado. También, se ha sobreexplotado la fauna y varias especies se encuentran en vía de extinción.

Pero los recursos se han visto afectados no sólo por el mal uso que les ha dado el hombre, sino también por otro factor que es de su responsabilidad: la contaminación. Se debe entender como contaminación a la presencia de sustancias nuevas en el ambiente o al aumento de los componentes normales, los cuales resultan nocivos para la salud del hombre.

La contaminación de la atmósfera es la producida por residuos o productos secundarios gaseosos, sólidos o líquidos, que pueden poner en peligro la salud del hombre y la salud y bienestar de las plantas y animales, atacar a distintos materiales, reducir la visibilidad o producir olores desagradables. La atmósfera, que protege a la Tierra del exceso de radiaciones ultravioletas y permite la existencia de vida, es una mezcla gaseosa de nitrógeno (78%) y oxígeno (21%). El 1% restante lo forman el argón (0,9%), el dióxido de carbono

(0,03%), distintas proporciones de vapor de agua, y trazas de hidrógeno, ozono, metano, monóxido de carbono, helio, neón, kriptón y xenón.

Cuando la atmósfera se encuentra en su estado óptimo es un sistema autosuficiente, con una sabiduría increíble, capaz de adaptarse a cualquier cambio. Si perdiera esta capacidad, la vida en la Tierra sería imposible. Esta situación puede compararse con el sistema inmunológico del ser humano: constituye una defensa contra ataques externos y, hasta ahora, ha funcionado bien. Sin embargo, su capacidad de carga no es ilimitada y el hombre, por desgracia, la está llevando hasta un punto en el que no podrá reparar sus heridas.

Los gases llamados de invernadero le han ocasionado graves lesiones; los clorofluorocarbonos (CFC) de refrigeradores y extinguidores le han provocado perforaciones y los óxidos de nitrógeno y azufre de automóviles y fábricas causan su acidificación. La esperanza de vida de una criatura cuyo sistema inmunológico está lesionado es poco alentadora.

## **CAPÍTULO V: COMPROBACION CUANTITATIVA**

### **5.1 Estudio de campo**

En este capítulo se describen el diseño de la investigación, el tipo de investigación y las herramientas estadísticas aplicadas en el proyecto, asimismo, el diseño del instrumento de acopio de información, la definición de la unidad de análisis, la población y los procedimientos para el diseño de la muestra de participantes en el estudio. Estos conjuntos de estrategias metodológicas se diseñaron con la intención de atender a la pregunta de investigación de este estudio:

¿Cuáles factores están asociados con la responsabilidad ambiental, la intención de voto y la participación política, en la percepción estudiantil de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León?

Y para guiar la búsqueda de la comprobación de la hipótesis de investigación:

La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León está asociada por los siguientes factores: creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, participación política, intención de voto, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental.

### **5.1.1 Tipo de estudio**

La presente es una investigación que buscó las relaciones causa efecto entre las variables dependientes e independiente. El plan fue obtener los datos mediante una encuesta en línea que indicó la orientación que la responsabilidad ambiental tenía en este sentido en cada uno de los componentes determinados en el constructo de cada variable dependiente, posteriormente se hicieron las correlaciones.

Se necesitó trabajo de campo para la recolección de los datos mediante un instrumento que fue diseñado con este fin. El proceso posterior fue el de comprobar y medir los grados de correlación e impacto que se tenga entre las variables.

Con el fin de proceder a la comprobación de la hipótesis de la investigación, se utilizará una metodología de corte cuantitativo, en cuanto al tipo de investigación es descriptivo, exploratorio, correlacional-causal y explicativo, con un alcance transversal, en un solo tiempo. El diseño de la investigación es no experimental, dado que no se manipuló a las variables, sino que se cuestionó a los estudiantes respecto a sus percepciones de responsabilidad ambiental, en su contexto natural.

El estudio de campo se realizó tanto en las aulas de estudio como fuera de ellas y las facultades participantes se encargaron de enviarles por correo la encuesta, con el fin de que los encuestados fueran alumnos que actualmente cursan el sexto semestre.

Las técnicas de investigación que se aplican en el estudio son las siguientes:

Documental, Bibliográfica y de Campo, esta última a través de la encuesta en línea, como instrumento de acopio de información.

El presente estudio comprobará de manera cuantitativa mediante una encuesta los niveles de responsabilidad ambiental así como de preocupación ambiental e intención de voto entre otros, en los estudiantes de sexto semestre de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, la diversificación de las áreas nos permitirá un amplio rango de pluralidad mediante el cual partiremos a seleccionar de manera aleatoria por medio de un muestreo estratificado que nos permita separar por áreas ya sea de Ciencias exactas, sociales y humanidades y de la salud. El análisis de dicha encuesta se llevó a cabo en el programa SPSS así como en Excel como apoyo adicional.

## **5.2 Elaboración de la encuesta**

Como se ya se definió en los capítulos anteriores, el constructo dependiente del modelo es la Responsabilidad ambiental siendo así también la Participación política y la Intención de voto, sin embargo; las creencias personales, creencias socio culturales, creencias socio políticas, consumo de medios culturales, consumo de medios recreativos, valores personales, valores sociales, locus de control interno, locus de control externo, motivación altruista, preocupación ambiental, son sin duda alguna constructos independientes. Los indicadores que conforman la encuesta están divididos y codificados de tal manera que simplifique la captura de los datos.

**Tabla 5.1,** Codificación simple (valores, variables y códigos)

VALOR	VARIABLE	CODIGO
Y1	Responsabilidad ambiental	RA
Y2	Participación política	PP
Y3	Intención de voto	IV
X1	Creencias personales	CP
X2	Creencias socio culturales	CSC
X3	Creencias socio políticas	CSP
X4	Consumo de medios culturales	CMC
X5	Consumo de medios recreativos	CMR
X6	Valores personales	VP
X7	Valores sociales	VS
X8	Locus de control interno	LCI
X9	Locus de control externo	LCE
X10	Motivación altruista	MA
X11	Preocupación ambiental	PMA

*Fuente: Elaboración propia*

Un primer cuestionario, como instrumento de acopio de datos, se elaboró en febrero de 2017 se realizaron 30 encuestas a alumnos de 6to semestre de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, dicha encuesta consta de un área para identificación de datos personales y posteriormente consta de 84 ítems en escala de Likert con opción de 1 a 5, su duración aproximada fue entre 15 a 20 minutos aproximadamente. (Véase Anexo 1)

Se elaboró la encuesta en línea en el periodo marzo-abril de 2017 a alumnos de sexto semestre de toda la Universidad Autónoma de Nuevo León (Véase anexo 2), en base a los siguientes criterios:

1) A partir de las entonces tres variables independientes y once dependientes, se construyeron reactivos de opción múltiple, utilizando ítems en escala de Likert para cada una



de ellas, con el fin de recabar la percepción que los alumnos tenían al respecto y con los cuales se generaron un total de 85 ítems.

2) Se determinó utilizar una escala de Likert de cinco elementos divididos según la necesidad de cada área, con los siguientes valores, para medir la percepción de cada uno de los 85 ítems:

*Grado de importancia:*

1 "Nada" (N)    2 "Poco" (P)    3 "Indiferente" (I)    4 "Mucho" (M)    5 "Bastante" (B)

*Frecuencia:*

1 "Nunca" (N)    2 "Rara vez" (RV)    3 "A veces" (AV)    4 "Casi siempre" (CS)    5 "Siempre" (S)

*Nivel de identificación:*

1 "Totalmente en desacuerdo" (TD)    2 "Ligeramente en desacuerdo" (D)    3 "Ni de acuerdo, ni en desacuerdo" (N)    4 "Ligeramente de acuerdo" (A)    5 "Totalmente de acuerdo" (TA)

3) Se consideraron también en la encuesta, elementos demográficos como son la edad, el género, la carrera y el semestre que cursa el alumno.

4) En febrero de 2017, se aplicó la encuesta actualizada a una muestra piloto de 30 alumnos, los resultados fueron revisados también por expertos profesionales.

5) La encuesta fue aplicada a 462 alumnos posterior a realizar las modificaciones sugeridas en el pilotaje para mejorar la claridad de los reactivos.

6) En el periodo marzo-abril de 2017 se elaboró la encuesta en línea definitiva, la cual contiene 85 ítems que surgieron de las 3 variables independientes y 11 dependientes, así como 7 reactivos de carácter demográfico a modo de la edad, el semestre, entre otros. Las encuestas se aplicaron a alumnos de sexto semestre en la Universidad Autónoma de Nuevo León por medio de un link que fue enviado a sus correos, cuentas de usuario en Facebook e inclusive por WhatsApp.

### **5.3 Población y muestra de estudio**

Hemos planteado para este proyecto, como unidad de análisis al alumnado de licenciatura de todas las facultades que actualmente cursan sexto semestre en la UANL, sin embargo, esto presenta el siguiente reto o escenario:

La población de este estudio la conforman 11,926 alumnos de sexto semestre de licenciatura de la universidad autónoma de educación superior en Nuevo León (UANL), como lo describe la tabla 5.1, de acuerdo a la información disponible que nos fue proporcionada por el sistema de información ejecutiva de la Dirección General de Planeación y Proyectos Estratégicos de la UANL, donde actualmente cuenta con alrededor de 190 mil estudiantes, de los cuales solo 11,926 alumnos cursan el sexto semestre, por lo tanto, se tienen que descartar aquellos que sean de otros semestres que no caen dentro de los criterios deseados para los sujetos del estudio.

**Tabla 5.2** Universo y objeto del estudio

Áreas del conocimiento	Población
Ciencias de la salud	2,353
Ciencias sociales	5,331
Ciencias Exactas	4,171
Total	11,926

**Nota:** Datos proporcionados por Sistema de Información Ejecutiva - UANL- Dirección General de Planeación y Proyectos Estratégicos- 2017

El universo está dividido en tres áreas del conocimiento que se denominan Ciencias, de las cuales una de ellas es el área de salud, las otras dos serían; sociales y exactas.

La delimitación de esta población la definió el investigador, en base a que las tres áreas seleccionadas para el estudio tienen como característica común que todas son ciencias del conocimiento bien identificadas en el ámbito escolar, por lo que se analizan los resultados de tres segmentos de la población, es decir, los alumnos de 3 áreas del conocimiento, definidas para este estudio:

1. Ciencias de la salud
2. Ciencias sociales
3. Ciencias exactas

Lo anterior con el fin de conocer si existen diferencias entre los alumnos de estos segmentos. Para este fin se establecieron muestras estratificadas para cada población (área del conocimiento) de la UANL de sexto semestre, de las tres áreas distribuida en las tres ciencias del conocimiento de la universidad.

La **tabla 5.3** Población por género permite apreciar un equilibrio entre la cantidad de hombres y mujeres, al oscilar los porcentajes de ambas cantidades en un 50%.

Áreas del conocimiento	Población total	Población total
<i>Género</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>
Ciencias de la salud	1,486	867
Ciencias sociales	3,203	2,129
Ciencias Exactas	1,414	2,757
Total	6,150	5,775

**Nota:** Datos proporcionados por Sistema de Información Ejecutiva - UANL- Dirección General de Planeación y Proyectos Estratégicos- 2017

#### 5.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis, a través de la cual se estructura y examina este estudio, es el alumno. Se ha definido al alumno por ser este un vehículo viable de comunicación con el umbral de la juventud y como señala Marín (2006), en la importancia de su correcto estudio y comprensión, es indispensable e inclusive algunos autores coinciden en que el resultado de la interacción de procesos biológicos, mentales y sociales del individuo aunado a las influencias específicas hacen complicada la tarea para una definición exacta (Salas, 2008). En este mismo sentido la agrupación de aspectos valorativos y simbólicos cambiantes a lo largo del devenir histórico de la juventud (Levi& Schmitt, 1996; Hobsbawn, 2005) vuelven nuestros ojos al interés por descubrir los discernimientos que poseen de su realidad.

En el caso particular de esta investigación la unidad de análisis es el alumno de sexto semestre. Lo anterior se estableció debido a factores económicos y cronológicos y por las implicaciones para encuestar y analizar a los alumnos de todos los semestres de licenciatura en la UANL.

Se consideró el sexto semestre, con el fin de captar las percepciones de los alumnos que se encuentran a mitad de sus estudios profesionales. Considerando que los alumnos de los últimos semestres tienen mayor experiencia en la vida para adquirir compromisos mostrándose dispuestos a resolver situaciones problemáticas y no son representativos de los alumnos de reciente ingreso, que a

falta de mayores experiencias aun no tienen la percepción hacia su misma existencia plenamente formada (Conell, 1971).

#### 5.4.1 Tamaño óptimo de la muestra

Para estimar el tamaño óptimo de la muestra se utilizó una ecuación tomada de Davis (2001), a través de la cual la muestra se determinó en 330 encuestas. Dicha ecuación es la siguiente, en donde los elementos que conforman la ecuación son:

$n$ = tamaño óptimo de la muestra

$N$ = tamaño de la población

$s$ = varianza (o estimador poblacional)

$\beta$ = error permisible (precisión)

$z$ = calificación  $z$  basada en el nivel de confianza deseado por el investigador (Davis, 2001)

Para el caso de este estudio los valores aplicados en la fórmula para obtener  $n$  fueron  $N= 11,926$ ,  $s=1.41$ ,  $\beta= 0.15$ ,  $z=1.96$

$$n = \frac{11,926(1.41)^2}{\frac{(11,926 - 1)(0.15)^2}{(1.96)^2} + (1.41)^2} = 330$$

#### 5.4.2 Elección de los elementos muestrales

En la elección de los 330 elementos muestrales para participar en el estudio, una vez determinada la muestra, la aplicación de las encuestas se realizó de manera aleatoria en cada facultad de la UANL. La aplicación se realizó en línea mediante un portal de *google forms*.

#### 5.4.3 Muestra estratificada de alumnos por áreas de conocimiento

Para obtener el tamaño de la muestra para cada estrato, la ecuación es la siguiente:

$$ksh = \frac{n}{N}$$

Donde  $n$  = es el tamaño de la muestra y  $N$  = población, que en nuestro caso sustituimos respectivamente los valores, 330 y 11,926 :

$$ksh = \frac{330}{11,926} = 0.027670$$

**Tabla 5.4** describe los valores mínimos de la muestra estratificada, requeridos para cada una de las áreas participantes en el estudio, mismos que se elaboraron a partir de aplicar la fracción constante a cada población.

Áreas del conocimiento	Población	Muestra estratificada
Ciencias de la salud	2,353	66
Ciencias sociales	5,331	148
Ciencias Exactas	4,171	116
Total	11,926	330

*Nota: Fracción constante aplicada para determinar el muestreo estratificado = 0.027670\**

*\*Fuente: (Segoviano, 2015).*

Con el propósito de obtener una representación apropiada para el estudio de campo se distribuyeron cuestionarios, con el fin de recolectar una muestra mayor a la determinada en la Tabla 5.4 (330 cuestionarios). De los cuestionarios distribuidos se recuperaron 462, de los cuales debido a la complejidad del estudio y la simplicidad de la encuesta; 462 resultaron completos.

La **tabla 5.5** describe la cantidad de cuestionarios necesarios para cada muestra y la cantidad de cuestionarios realizados durante el estudio.

Áreas del conocimiento	Población	Muestra estratificada	Resultados obtenidos
Ciencias de la salud	2,353	66	74
Ciencias sociales	5,331	148	224
Ciencias Exactas	4,171	116	164
Total	11,926	330	462

*Fuente: Elaboración propia*

Como se puede apreciar en esta tabla, se logró obtener más de 30 cuestionarios en cada una de las áreas del conocimiento de las tres áreas. La cual sólo requería de 66, 148 y 116 cuestionarios en sus respectivas áreas del conocimiento y al final se recuperaron 74, 224 y

164 cuestionarios respectivamente. Lo anterior permitió contrastar estadísticamente los resultados de cada una de estas muestras, con las demás muestras del estudio.

**Tabla 5.6** muestra de forma estratificada por áreas del conocimiento detalladas por el género, población y resultados obtenidos

Áreas del conocimiento	Población total	Población total	Muestra estratificada	Muestra estratificada	Resultados obtenidos	Resultados obtenidos
<i>Género</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>Masculino</i>
Ciencias de la salud	1,486	867	42	24	47	27
Ciencias sociales	3,203	2,129	89	59	135	89
Ciencias Exactas	1,414	2,757	40	76	57	107
Total	6,150	5,775	213	159	239	223

*Nota: La muestra estratificada se refiere a la cantidad mínima de cuestionarios requeridos estadísticamente para el estudio (330) y los resultados obtenidos son los cuestionarios reales que fueron llenados por los alumnos (462). Nota 2: Ver estratificación en: Tabla C Muestra estratificada de alumnos por universidad.*

*Fuente: elaboración propia*



## **CAPÍTULO VI: ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **6.1 Análisis: Método cuantitativo**

En este capítulo se describen y analizan los datos proporcionados por los alumnos participantes en el estudio. Los resultados se presentan en tres secciones, la primera denominada Análisis Descriptivo, la segunda Supuestos Subyacentes del Modelo de Regresión Lineal Múltiple y la tercera Análisis del Modelo de Regresión Lineal Múltiple.

Los datos fueron analizados mediante el software estadístico el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 22 (SPSS, 2017).

### **6.2 Análisis Descriptivo**

En esta sección se presentan los resultados obtenidos de las siguientes herramientas estadísticas: Tablas de frecuencias, histogramas, media y desviación estándar y tablas de contingencia.

### **6.3 Frecuencias generales**

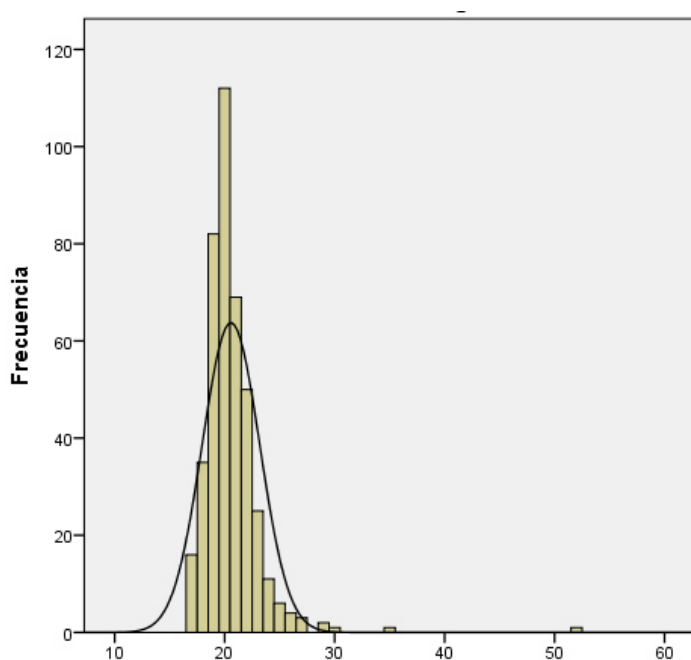
El 75% de los alumnos encuestados declaró que sus edades estaban al momento del estudio, entre los 19 y 22 años de edad, como se muestra en la tabla 6.1 y también se describe en la figura 6.1 Histograma Edad. Este rango es posible considerarlo normal con respecto a la relación de edad con el avance académico esperado que debe tener un alumno en formación profesional.

**Tabla 6.1,** Frecuencias de las edades de los alumnos encuestados

Edad	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
17	16	3.8	3.8
18	35	8.4	12.2
19	82	19.6	31.8
20	112	26.8	58.6
21	69	16.5	75.1
22	50	12.0	87.1
23	25	6.0	93.1
24	11	2.6	95.7
25	6	1.4	97.1
26	4	1.0	98.1
27	3	.7	98.8
29	2	.5	99.3
30	1	.2	99.5
35	1	.2	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.1,** Histograma de Edad



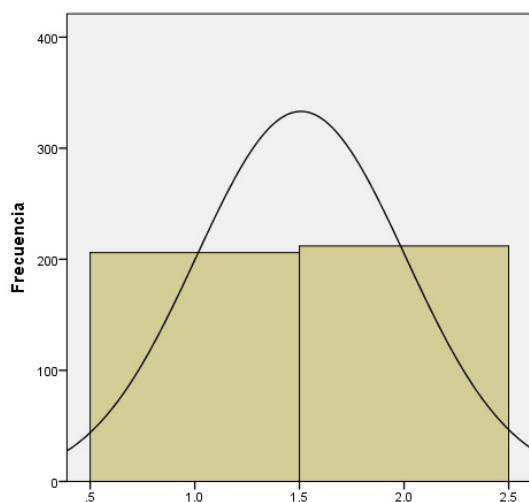
El género de estos alumnos se describe en la tabla 6.2, en la cual se observa un equilibrio entre la cantidad total de hombres y mujeres que participaron en el estudio y como se muestra gráficamente, en la figura 6.2 Histograma Género, existe una participación homogénea.

**Tabla 6.2,** Género de los alumnos participantes

Género	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Masculino	206	49.3	49.3
Femenino	212	50.7	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.2, Histograma Género**



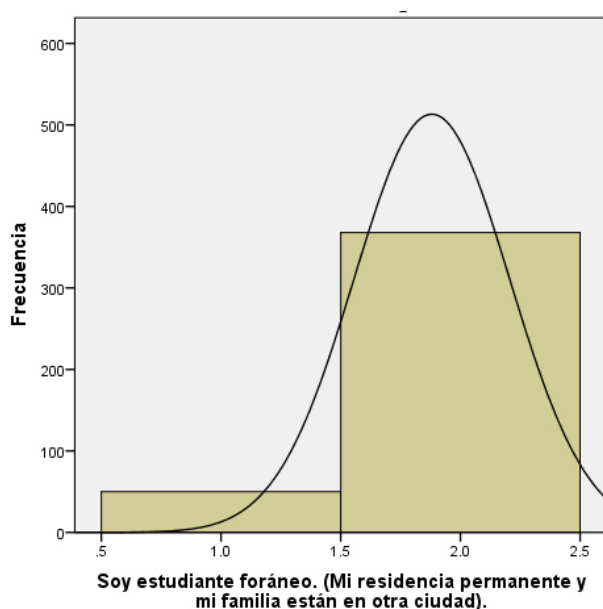
En la tabla 6.3, podemos notar el porcentaje de alumnos foráneos de nuestra muestra, tanto en esta tabla y así como en la figura 6.3, las cuales reportan que el 88% de sus alumnos declararon tener residencia local y sólo un 12% mencionaron ser foráneos.

**Tabla 6.3, Participantes foráneos**

Soy estudiante foráneo	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Si	50	12.0	12.0
No	368	88.0	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.3,** Histograma de estudiantes foráneos



Al medir el porcentaje en que los alumnos universitarios declararon vivir en casa propia o renta, la frecuencia se encuentra en la tabla 6.4, en donde un 17% mencionó vivir en residencia de renta, lo cual de acuerdo al 12% que indicaron ser foráneos explica que un 5% de los estudiantes a pesar de vivir en la misma ciudad, no poseen casa propia.

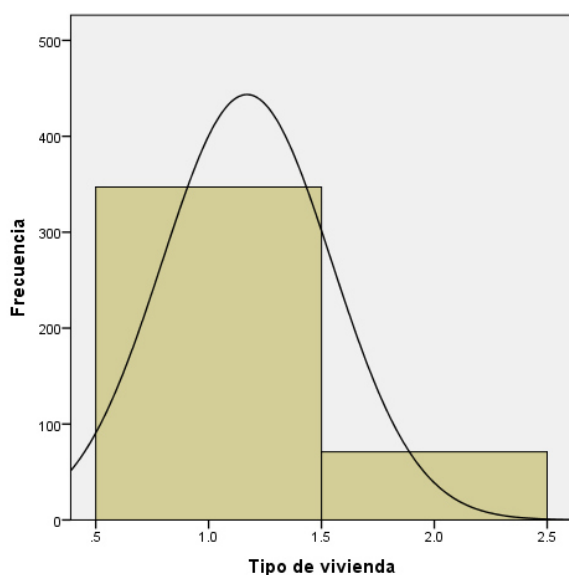
En la figura 6.4, se observa claramente el porcentaje:

**Tabla 6.4,** Tipo de vivienda

Tipo de vivienda	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Casa propia	347	83.0	83.0
Casa o Departamento de renta	71	17.0	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.4,** Histograma para tipo de vivienda



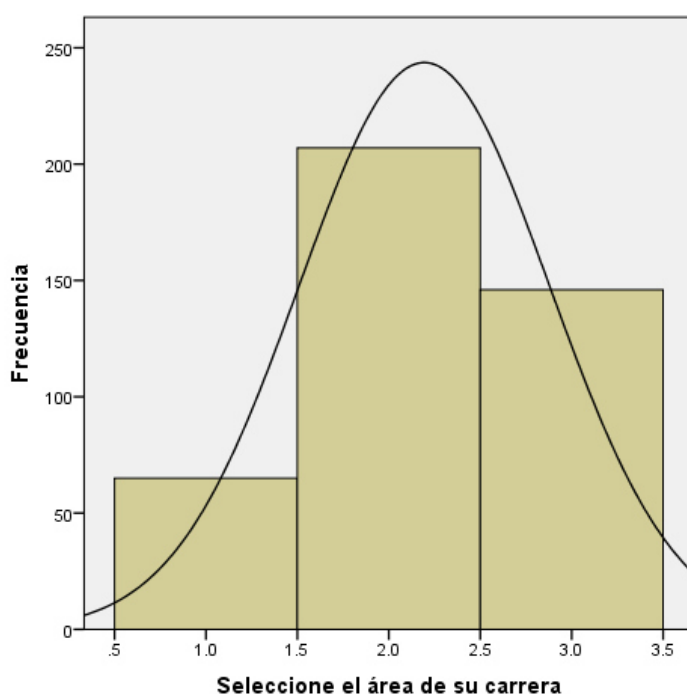
El porcentaje de la muestra para cada una de las tres áreas del conocimiento definidas en este estudio, se describe en la tabla 6.5, en la cual se observa que el 49.5% de la población de alumnos de sexto semestre de esta muestra pertenece al área de las ciencias sociales, el 35% a las ciencias exactas dejando así un 15% en ciencias de la salud, como se puede observar en esa tabla.

**Tabla 6.5,** Áreas del conocimiento

Áreas del conocimiento	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Ciencias de la salud	65	15.6	15.6
Ciencias sociales	207	49.5	65.1
Ciencias exactas	146	34.9	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.5,** Histograma áreas del conocimiento



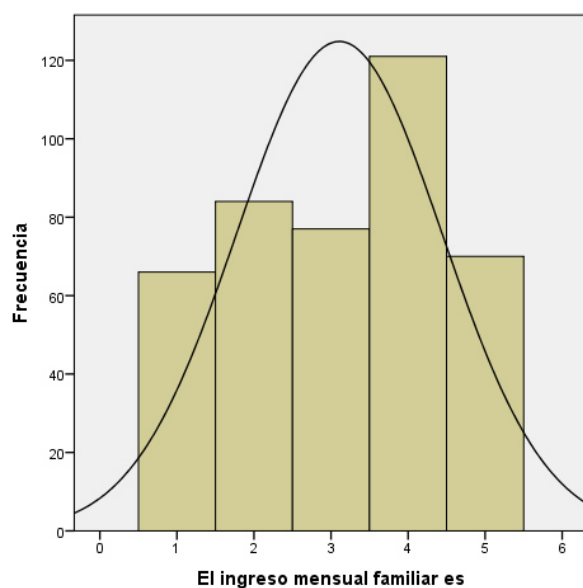
El ingreso mensual familiar reportado en la tabla 6.6, por los participantes consta en que un 29% percibe un ingreso mayor a \$9,000.00 pesos, mientras que el 20% reporto un ingreso menor a \$9,000.00 pesos mensuales.

**Tabla 6.6,** Ingreso mensual familiar

El ingreso mensual familiar	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Mucho menor a \$9,000.00	66	15.8	15.8
Menor a \$9,000.00	84	20.1	35.9
Aproximadamente \$9,000.00	77	18.4	54.3
Mayor a \$9,000.00	121	28.9	83.3
Mucho mayor a \$9,000.00	70	16.7	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.6,** Histograma de ingreso familiar mensual



#### 6.4 Frecuencias e histogramas de las variables

Como se indicó anteriormente, a través del cuestionario los participantes en el estudio evaluaron los ítems de las variables mediante tres tipos de escala de Likert de cinco elementos divididos según la necesidad de cada área, con los siguientes valores como se muestra en la tabla 6.7, para medir la percepción de cada uno de los 85 ítems:

**Tabla 6.7** Valores de Likert para la encuesta

Valor	Grado de importancia:	Periodicidad:	Nivel de identificación:
1	"Nada" (N)	"Nunca" (N)	"Totalmente en desacuerdo" (TD)
2	"Poco" (P)	"Rara vez" (RV)	"Ligeramente en desacuerdo" (D)
3	"Indiferente" (I)	"A veces" (AV)	"Ni de acuerdo, ni en desacuerdo" (N)
4	"Mucho" (M)	"Casi siempre" (CS)	"Ligeramente de acuerdo" (A)
5	"Bastante" (B)	"Siempre" (S)	"Totalmente de acuerdo" (TA)

Fuente: Elaboración propia



Los grados 4 y 5, Mucho o Bastante, para identificar la importancia, así como; Casi siempre y siempre, para mostrar la periodicidad; Ligeramente de acuerdo o Totalmente de acuerdo, para medir un nivel empático, todos ellos respectivamente, describen grados de acuerdo que señalan grados positivos.

En la siguiente sección se identifican los grados 4 y 5, con el fin de observar los porcentajes positivos obtenidos en cada una de las variables del estudio, al que llamaremos impacto positivo.

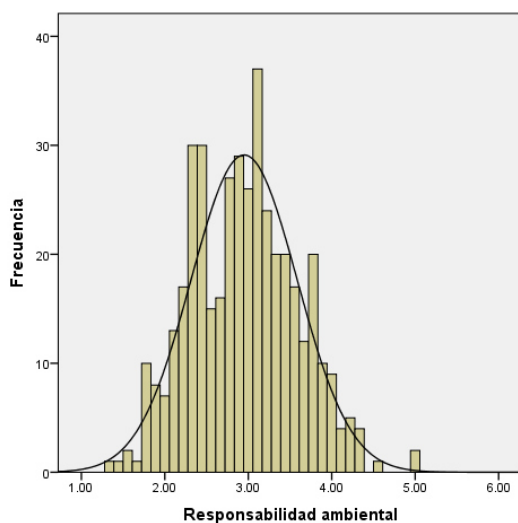
La variable dependiente (Y1) Responsabilidad ambiental, se analiza en la tabla 6.8. En esta tabla se observa que la suma de los criterios 4 y 5 de la escala (impacto positivo), representan el 44.5% que corresponde a la percepción de los alumnos sobre la importancia que tiene la Responsabilidad ambiental en su entorno diario. Por otra parte, el restante 55.5% no percibe que la Responsabilidad ambiental tenga efectos en su vida. La figura XRA Histograma Responsabilidad ambiental, grafica la distribución de estos datos en el lado izquierdo del mismo, e indican el porcentaje o grado de impacto negativo.

**Tabla 6.8,** Frecuencias de la variable dependiente (Y1) Responsabilidad ambiental

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0
Rara vez	29	6.9	6.9
A veces	203	48.6	55.5
Casi siempre	169	40.4	95.9
Siempre	17	4.1	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Figura 6.7,** Histograma Responsabilidad ambiental



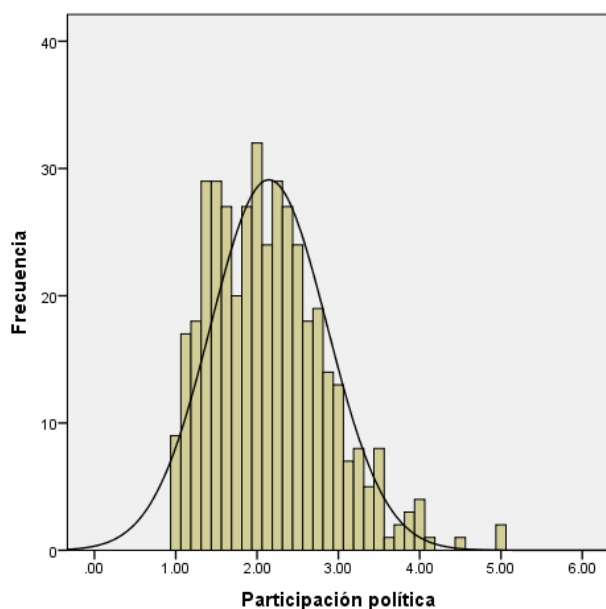
La variable (Y2) Participación política, se presenta en la tabla 6.9, con un impacto positivo de 17% (la suma de los criterios 4 y 5 de la escala), se observa también que existe un 83.1% de alumnos que no perciben esta importancia. El Histograma en la figura 6.8, describe en forma gráfica el impacto de esta aseveración.

**Tabla 6.9,** Frecuencias de la variable dependiente (Y2) Participación política

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	9	2.2	2.2
Rara vez	170	40.7	42.9
A veces	168	40.2	83.1
Casi siempre	67	16.0	99.1
Siempre	4	1.0	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.8, (Y2) Participación política**



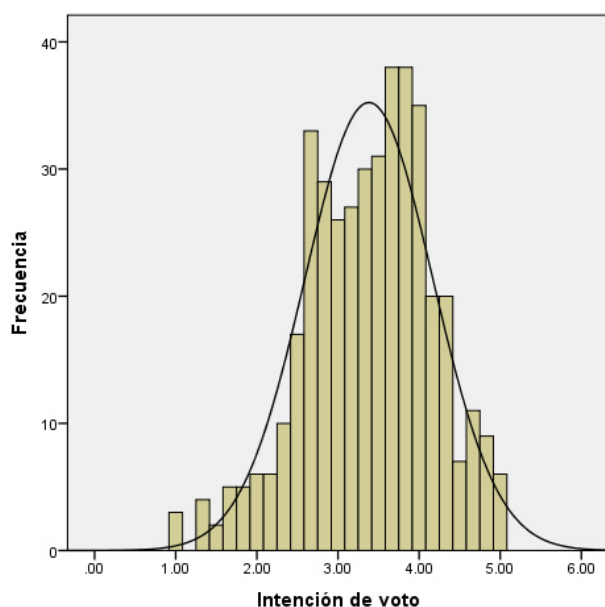
La variable (Y3) Intención de voto, se describe en la tabla 6.10, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 65% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, y por otra parte, el 35% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.9.

**Tabla 6.10,** Frecuencias de la variable dependiente (Y3) Intención de voto

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	7	1.7	1.7
Rara vez	22	5.3	7.0
A veces	117	28.0	35.0
Casi siempre	199	47.6	82.6
Siempre	73	17.5	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.9, (Y3) Intención de voto**



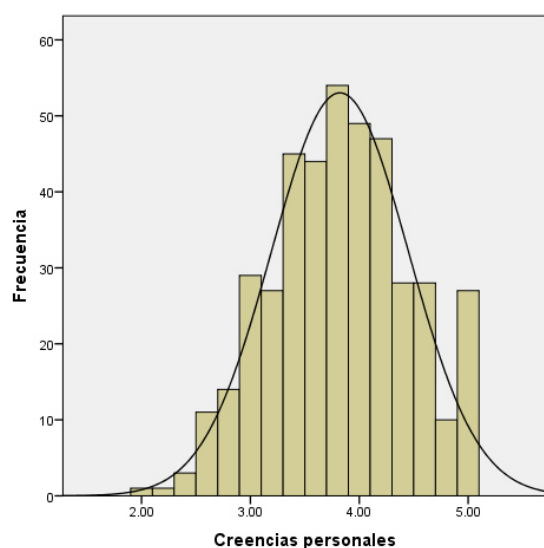
La variable (X1) Creencias personales, de acuerdo a la tabla 6.11, obtuvo un impacto positivo de 86%, y una percepción negativa de 14 %, en los encuestados. En el histograma de la figura 6.10, se puede observar el impacto positivo a través de la barra del criterio 4, con 52.4%, que sobresale de los demás criterios de la escala y en donde se acumula el mayor porcentaje positivo.

**Tabla 6.11,** Frecuencias de la variable independiente (X1) Creencias personales

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.0	0.0
Ligeramente en desacuerdo	1	0.2	0.2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	58	13.9	14.1
Ligeramente de acuerdo	219	52.4	66.5
Totalmente de acuerdo	140	33.5	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.10, (X1) Creencias personales**



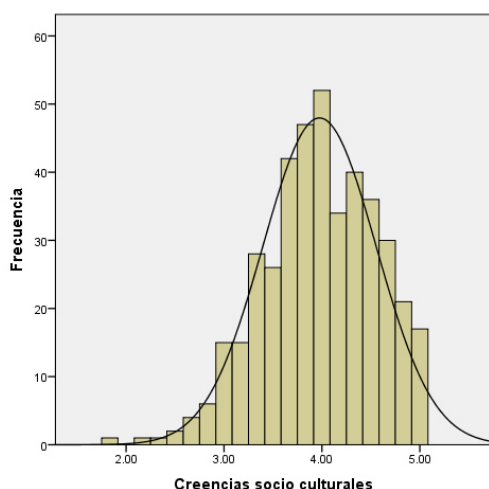
La variable (X2) Creencias socio culturales, se presenta en la tabla 6.12, con un impacto positivo de 92.1% (la suma de los criterios 4 y 5 de la escala) donde sobresale de los demás criterios de la escala y se acumula el mayor porcentaje positivo, se observa también que existe un 7.9% de alumnos que no perciben esta importancia. El Histograma en la figura 4.8, describe en forma gráfica el impacto de esta aseveración.

**Tabla 6.12, Frecuencias de la variable independiente (X2) Creencias socio culturales**

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.0	0.0
Ligeramente en desacuerdo	1	0.2	0.2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32	7.7	7.9
Ligeramente de acuerdo	207	49.5	57.4
Totalmente de acuerdo	178	42.6	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.11, (X2) Creencias socio culturales**



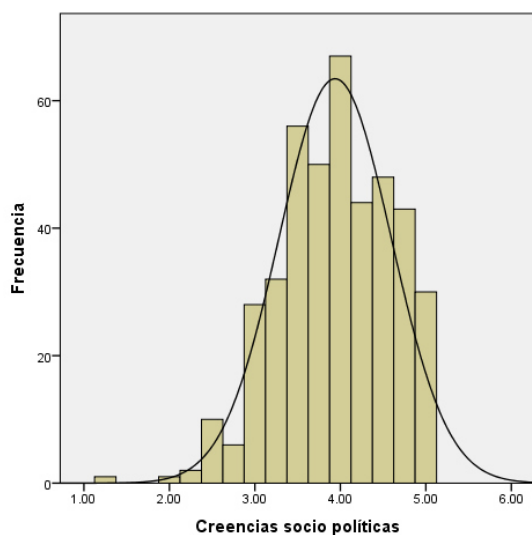
La variable (X3) Creencias socio políticas, se describe en la tabla 6.13, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 88.5% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 11.4% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.12.

**Tabla 6.13,** Frecuencias de la variable independiente (X3) Creencias socio políticas

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	0.2	0.2
Ligeramente en desacuerdo	1	0.2	0.4
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	11.0	11.4
Ligeramente de acuerdo	205	49.0	60.5
Totalmente de acuerdo	165	39.5	100.0
<b>Total</b>	<b>418</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.12, (X3) Creencias socio políticas**



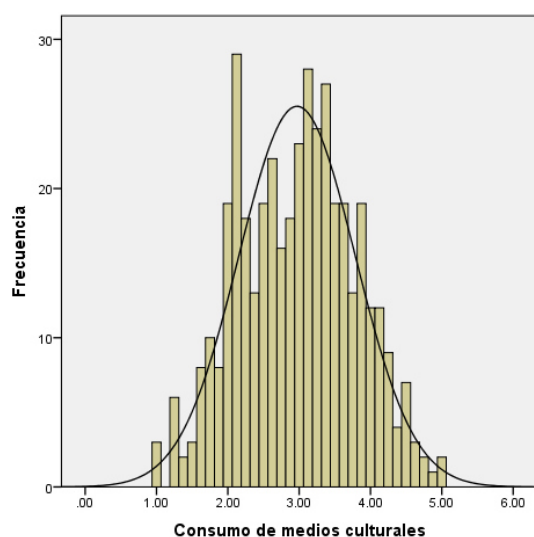
La variable (X4) Consumo de medios culturales, se describe en la tabla 6.14, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 48% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 52% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.13.

**Tabla 6.14,** Frecuencias de la variable independiente (X4) Consumo de medios culturales

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	3	0.7	0.7
Rara vez	83	19.9	20.6
A veces	131	31.3	51.9
Casi siempre	161	38.5	90.4
Siempre	40	9.6	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.13, (X4) Consumo de medios culturales**



La variable (X5) Consumo de medios recreativos, se describe en la tabla 6.15, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 53% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 47% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.14.

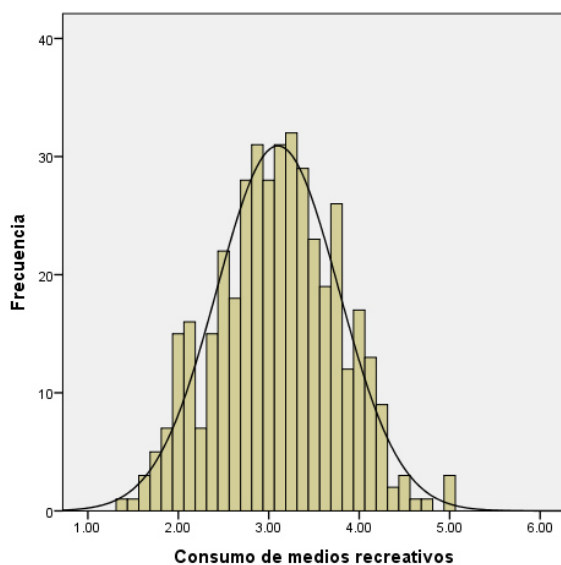
**Tabla 6.15, Frecuencias de la variable independiente (X5) Consumo de medios recreativos**

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0
Rara vez	32	7.7	7.7
A veces	165	39.5	47.2
Casi siempre	189	45.2	92.3
Siempre	32	7.7	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*



**Histograma 6.14, (X5) Consumo de medios recreativos**



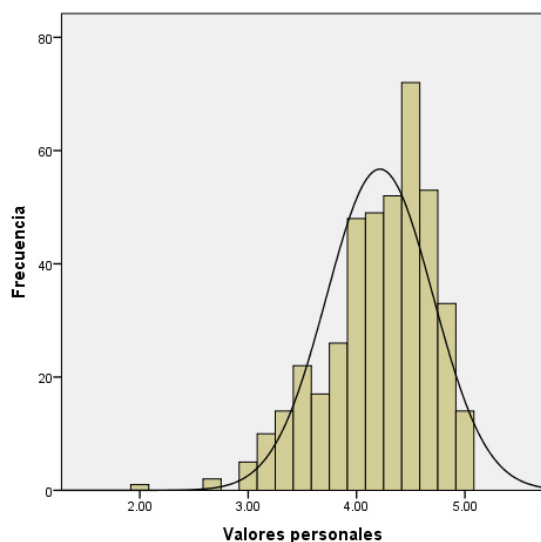
La variable (X6) Valores personales, se describe en la tabla 6.16, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 98% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala donde acumula el mayor porcentaje positivo, por otra parte, el 2% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.15.

**Tabla 6.16, Frecuencias de la variable independiente (X6) Valores personales**

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nada	0	0.0	0.0
Poco	1	0.2	0.2
Indiferente	7	1.7	1.9
Mucho	142	34.0	35.9
Bastante	268	64.1	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.15, (X6) Valores personales**



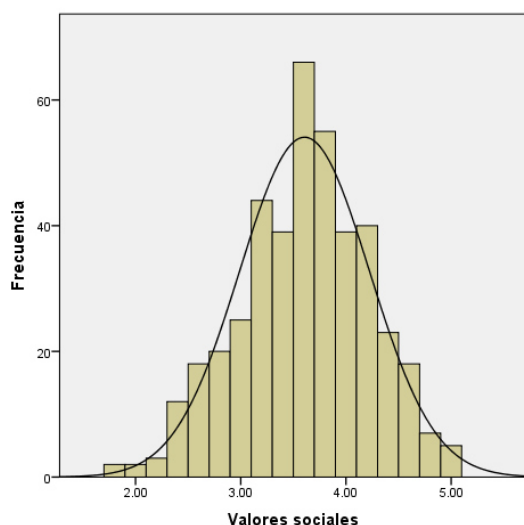
La variable (X7) Valores sociales, se describe en la tabla 6.17, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 80% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 20% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.16.

**Tabla 6.17,** Frecuencias de la variable independiente (X7) Valores sociales

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nada	2	0.5	0.5
Poco	2	0.5	1.0
Indiferente	78	18.7	19.7
Mucho	243	58.1	77.8
Bastante	93	22.2	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.16, (X7) Valores sociales**



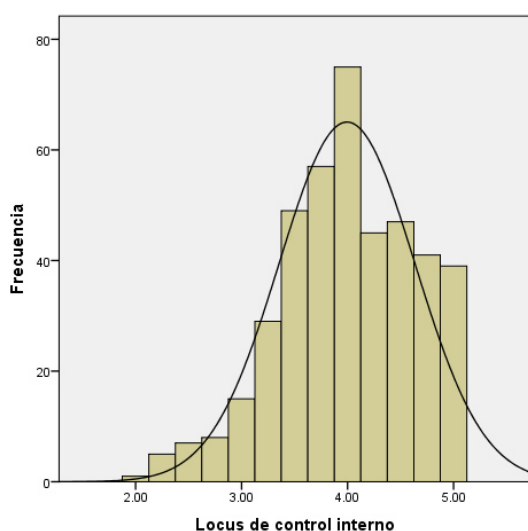
La variable (X8) Locus de control interno, se describe en la tabla 6.18, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 91% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 9% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.17.

**Tabla 6.18,** Frecuencias de la variable independiente (X8) Locus de control interno

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	0	0.0	0.0
Ligeramente en desacuerdo	1	0.2	0.2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	35	8.4	8.6
Ligeramente de acuerdo	210	50.2	58.9
Totalmente de acuerdo	172	41.1	100.0
<b>Total</b>	<b>418</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.17, (X8) Locus de control interno**



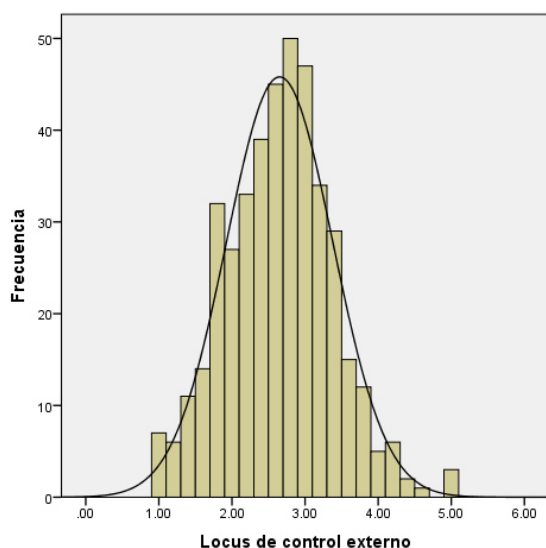
La variable (X9) Locus de control externo, se describe en la tabla 6.19, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 25% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, por otra parte, el 75% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.18.

**Tabla 6.19, Frecuencias de la variable independiente (X9) Locus de control externo**

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	7	1.7	1.7
Ligeramente en desacuerdo	90	21.5	23.2
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	214	51.2	74.4
Ligeramente de acuerdo	95	22.7	97.1
Totalmente de acuerdo	12	2.9	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.18,** (X9) Locus de control externo



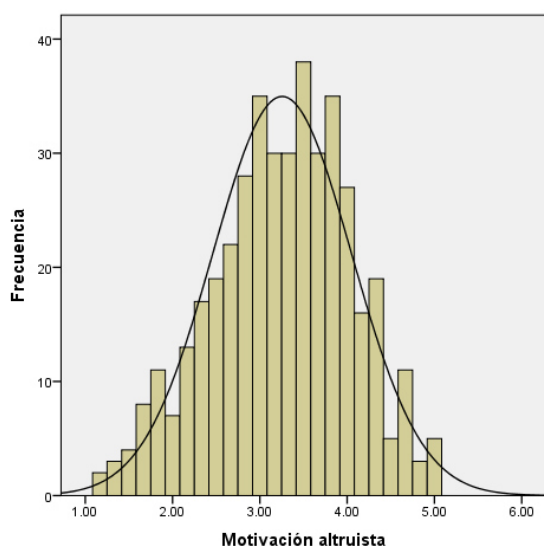
La variable (X10) Motivación altruista, se describe en la tabla 6.20, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 57% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala, y por otra parte, el 43% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.19.

**Tabla 6.20,** Frecuencias de la variable independiente (X10) Motivación altruista

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Nunca	10	2.4	2.4
Rara vez	35	8.4	10.8
A veces	134	32.1	42.8
Casi siempre	180	43.1	85.9
Siempre	59	14.1	100.0
<b>Total</b>	<b>418</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.19, (X10) Motivación altruista**



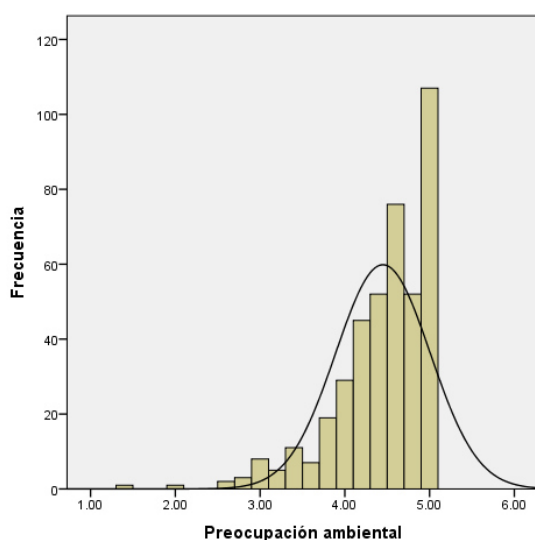
La variable (X11) Preocupación medio ambiental, se describe en la tabla 6.21, en donde los resultados de las frecuencias alcanzan un 97% de impacto positivo al sumar los valores de los criterios 4 y 5 de la escala donde acumula el mayor porcentaje positivo, y por otra parte, el 3% no percibió importante esta variable. Estos valores se grafican también en la figura 6.20.

**Tabla 6.21,** Frecuencias de la variable independiente (X11) Preocupación medio ambiental

Escala	Frecuencia	%	Porcentaje acumulado
Totalmente desacuerdo	1	0.2	0.2
Ligeramente en desacuerdo	1	0.2	0.4
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	3.1	3.5
Ligeramente de acuerdo	71	17.0	20.6
Totalmente de acuerdo	332	79.4	100.0
Total	418	100.0	

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

**Histograma 6.20, (X11) Preocupación medio ambiental**



## 6.5 Media y desviación estándar de las variables

La tabla 6.22 contiene los resultados estadísticos de la media y la desviación estándar de cada una de las variables. En estos análisis estadísticos, se puede observar que los promedios resultaron superiores a 2.5 la media de los datos, de la escala Likert, 1 a 5 con excepción de Y2 (Participación política).

**Tabla 6.22, Media y desviación estándar**

	Y1	Y2	Y3	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
<i>Media</i>	2.9500	<b>2.1453</b>	3.3808	3.8220	3.9749	3.9378	2.9704	3.1005	4.2153	3.6062	3.9946	2.6517	3.2552	4.4493
<i>Desviación estándar</i>	.63630	.71582	.78882	.62888	.57939	.65702	.81699	.67434	.48986	.61668	.64093	.72793	.79467	.55711

**Nota:** La media que corresponde a la escala de Likert con valores de 1 al 5, es 2.5.

Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia

## 6.6 Supuestos Subyacentes del Modelo de Regresión Lineal Múltiple

Antes de la realización de un análisis multivariante, se deben de cumplir con ciertas hipótesis de partida, nos referimos a la normalidad, linealidad y homocedasticidad, supuestos subyacentes en todos los métodos multivariantes.

### 6.7 Normalidad

De acuerdo con Lévy y Varela (2003) “la hipótesis de partida que debe cumplir cualquier análisis multivariable es la normalidad de los datos... la herramienta más simple que sirve para diagnosticar la normalidad es el histograma”, en este estudio además de la anterior, se aplicó el test Kolmogorov-Smirnov y las Gráficas de probabilidad normal (GPN).

Con el fin de analizar la normalidad de la distribución de los datos, se proponen las siguientes hipótesis para evaluar la prueba de normalidad:

Ho: Los datos de las variables del estudio no son normales.

Ha: Los datos de las variables del estudio son normales.

**Tabla 6.23,** Resultados de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

Variables	Estadístico	Sig.
<b>Y1</b>	.074	.000
<b>Y2</b>	.078	.000
<b>Y3</b>	.082	.000
<b>X1</b>	.067	.000
<b>X2</b>	.076	.000
<b>X3</b>	.093	.000
<b>X4</b>	.065	.000
<b>X5</b>	.043	<b>.059</b>
<b>X6</b>	.131	.000
<b>X7</b>	.101	.000
<b>X8</b>	.094	.000
<b>X9</b>	.069	.000
<b>X10</b>	.073	.000
<b>X11</b>	.169	.000

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*



La tabla 6.23 contiene los resultados del test Kolmogorov-Smirnov, como se puede observar, en todas las variables la significancia (Sig.) es inferior a .05 (y que corresponde al nivel de confianza del 95%), por lo tanto, se acepta  $H_a$ : Los datos de las variables del estudio son normales, con la excepción de la variable X5 (Consumo de medios recreativos).

Las siguientes figuras, de la 6.21 a la 6.34, contienen los Gráficos de Probabilidad Normal (GPN) de las variables del estudio y que fueron obtenidos del programa SPSS versión 22.

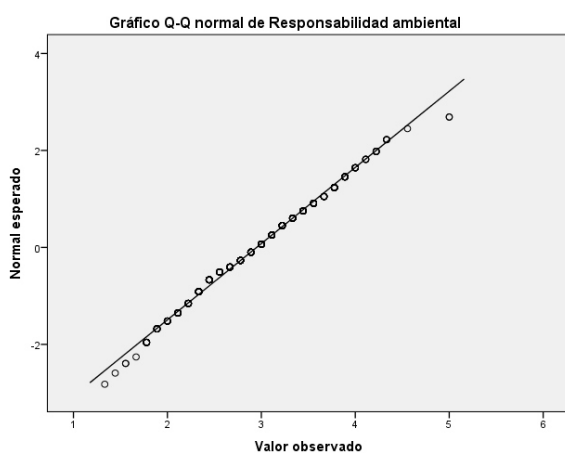


Fig. 6.21 – GPN- Responsabilidad ambiental (Y1)

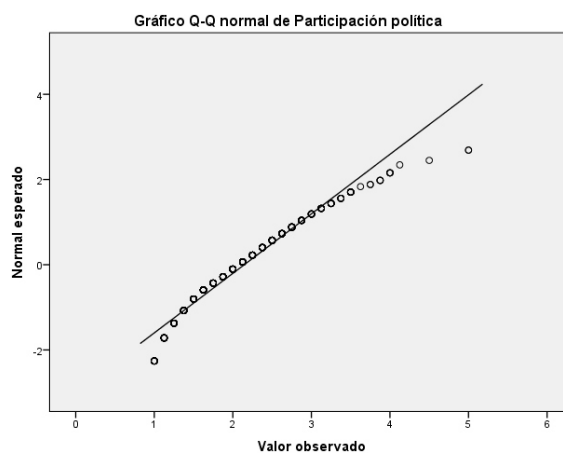


Fig. 6.22 – GPN- Participación política (Y2)

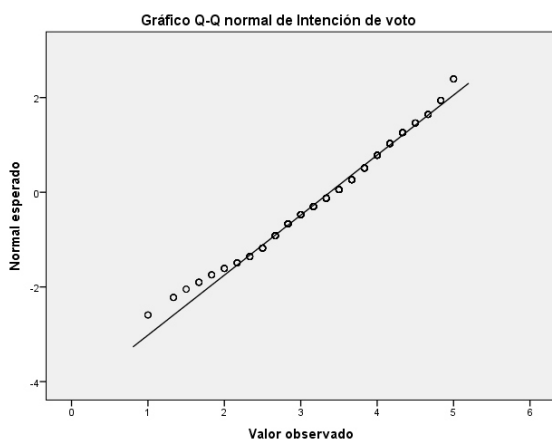


Fig. 6.23 – GPN- Intención de voto (Y3)

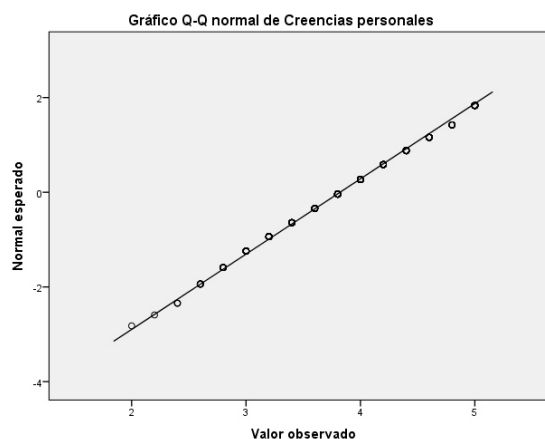


Fig. 6.24 – GPN- Creencias personales (X1)

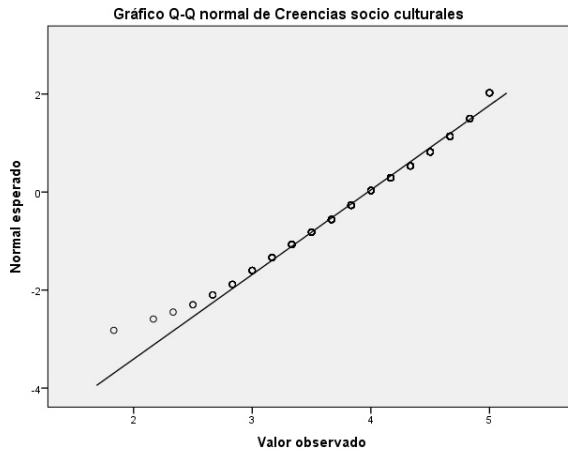


Fig. 6.25 – GPN- Creencias socio culturales (X2)

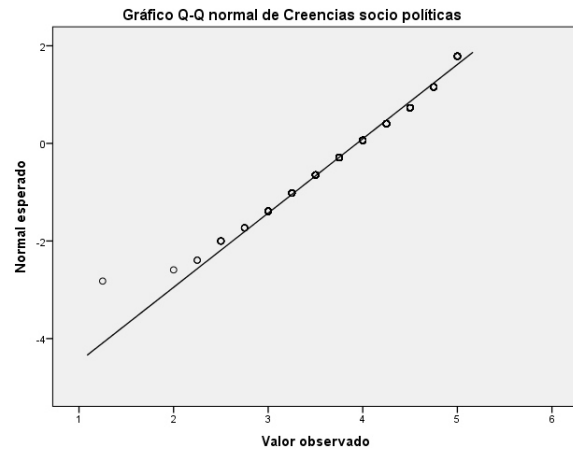


Fig. 6.26 – GPN- Creencias socio políticas (X3)

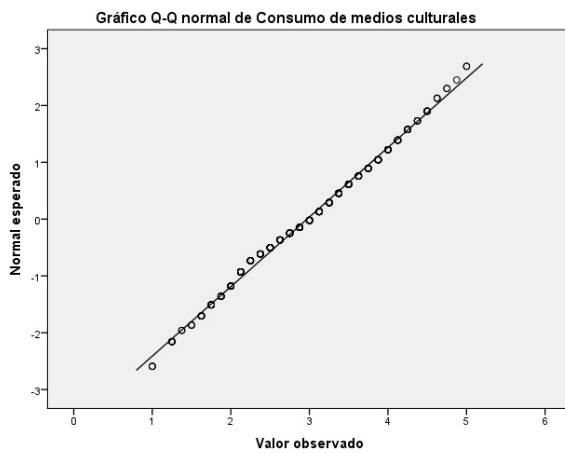


Fig. 6.27 – GPN- Consumo de medio culturales (X4)

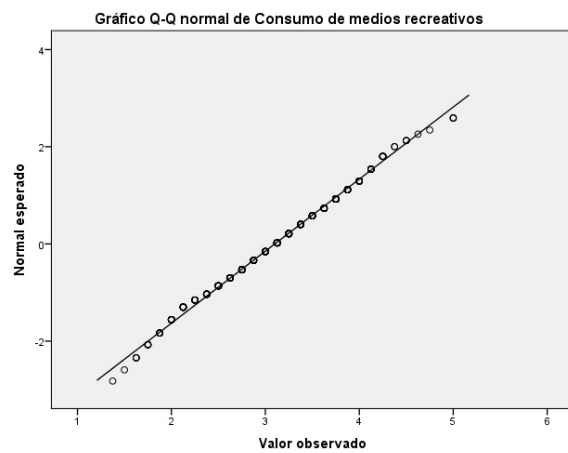


Fig. 6.28 – GPN-Consumo de medios recreativos(X5)

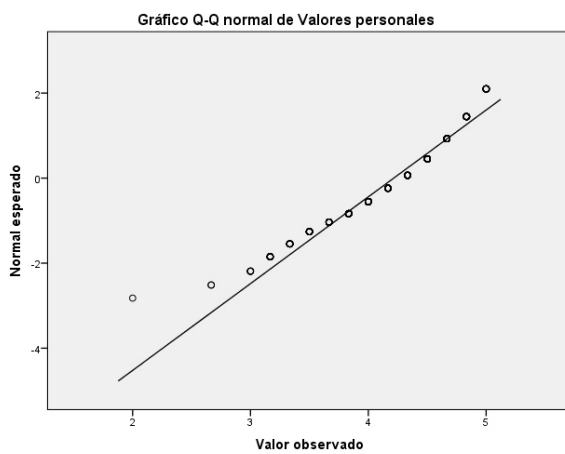


Fig. 6.29 – GPN- Valores personales (X6)

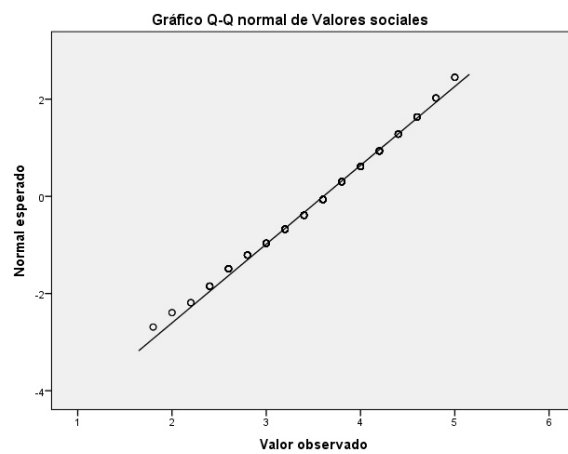


Fig. 6.30 – GPN- Valores sociales (X7)

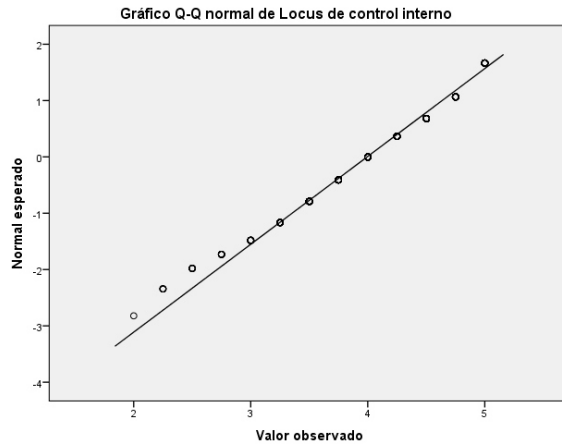


Fig. 6.31 – GPN- Locus de control interno (X8)

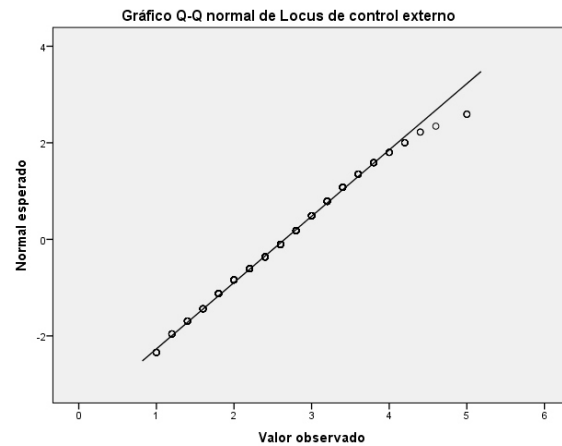


Fig. 6.32 – GPN- Locus de control externo (X9)

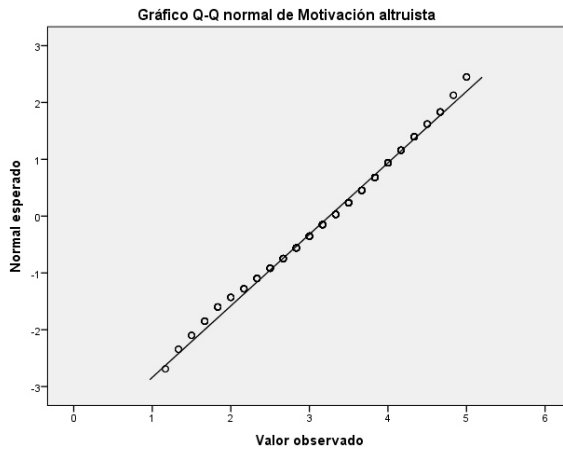


Fig. 6.33 – GPN- Motivación altruista (X10)

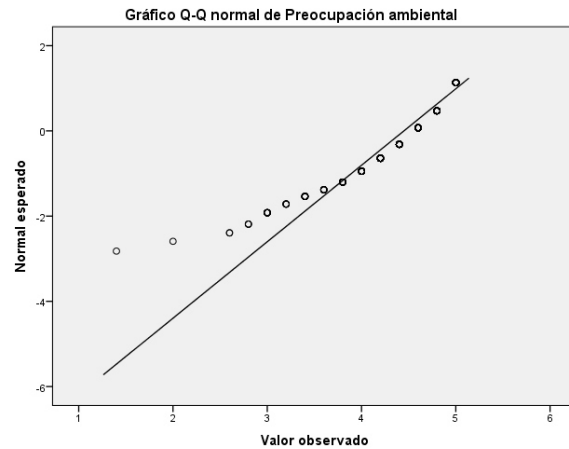


Fig. 6.34 – GPN- Preocupación ambiental (X11)

Como se puede constatar, mediante un examen visual a las anteriores figuras –sobre los gráficos de probabilidad normal (GPN)–, “los valores se sitúan a lo largo de la diagonal [trazada en GPN] sin alejamientos sustanciales o sistemáticos” (Hair, et al., 1999, p. 195), por tal razón, y al igual que en la prueba estadística, los datos cumplen con el supuesto de la normalidad y pertenecen a una distribución normal.

## 6.8 Linealidad

Nuevamente y con la intención de resolver problemas potenciales antes de comenzar con el análisis multivariable conviene examinar si las relaciones entre las variables que intervienen en el estudio son lineales. “La linealidad indica que el modelo a contrastar predice los valores de la variable(s) dependiente(s) siempre que se produzca una modificación en las variables independientes” (Lévy y Varela, 2003, p. 15).

En este estudio se evaluó el supuesto de linealidad a través de la matriz de correlación parcial, comparando la significancia de la correlación parcial con el intervalo de confianza del 95 % que corresponde a una significancia de 0.05. Para elaborarlo se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 22, con la opción de correlación de orden cero. Esta opción permitió obtener el coeficiente de correlación de Pearson, entre cada par de variables sin que intervengan terceras variables.

Con el fin de interpretar la linealidad entre la variable dependiente con las variables independientes en la matriz de correlación parcial, se proponen las siguientes hipótesis:

Ho: La relación entre la variable dependiente y la variable independiente no es lineal

Ha: La relación entre la variable dependiente y la variable independiente es lineal

En la tabla 6.24, podemos observar las variables que se introdujeron en la matriz de correlación parcial. La variable que se está analizando es la variable dependiente (Y1), mediante la cual se trata de comprobar si tiene linealidad con las variables independientes (X).

**Tabla 6.24** Correlaciones de Pearson

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	Y1	Y2	Y3
X1	Correlación	1.000	.449	.282	.212	.069	.247	.079	.434	.109	.259	.416	.179	.018	.200
	Significancia	.	.000	.000	.000	.080	.000	.054	.000	.013	.000	.000	.000	.356	.000
X2	Correlación	.449	1.000	.472	.214	.150	.315	.211	.387	.156	.230	.534	.255	.142	.319
	Significancia	.000	.	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.000
X3	Correlación	.282	.472	1.000	.223	.139	.287	.227	.313	.098	.205	.401	.256	.150	.357
	Significancia	.000	.000	.	.000	.002	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.000	.001	.000
X4	Correlación	.212	.214	.223	1.000	.339	.358	.268	.218	.048	.495	.200	.509	.358	.415
	Significancia	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.164	.000	.000	.000	.000	.000
X5	Correlación	.069	.150	.139	.339	1.000	.040	.176	.112	.248	.228	-.010	.318	.295	.228
	Significancia	.080	.001	.002	.000	.	.206	.000	.011	.000	.000	.417	.000	.000	.000
X6	Correlación	.247	.315	.287	.358	.040	1.000	.377	.204	-.135	.377	.308	.258	.059	.262
	Significancia	.000	.000	.000	.000	.206	.	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.114	.000
X7	Correlación	.079	.211	.227	.268	.176	.377	1.000	.160	.200	.254	.127	.567	.473	.352
	Significancia	.054	.000	.000	.000	.000	.000	.	.001	.000	.000	.005	.000	.000	.000
X8	Correlación	.434	.387	.313	.218	.112	.204	.160	1.000	.075	.179	.388	.205	.086	.242
	Significancia	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.001	.	.063	.000	.000	.000	.039	.000
X9	Correlación	.109	.156	.098	.048	.248	-.135	.200	.075	1.000	-.083	-.090	.223	.312	-.010
	Significancia	.013	.001	.022	.164	.000	.003	.000	.063	.	.045	.033	.000	.000	.423
X10	Correlación	.259	.230	.205	.495	.228	.377	.254	.179	-.083	1.000	.222	.387	.256	.376
	Significancia	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.045	.	.000	.000	.000	.000
X11	Correlación	.416	.534	.401	.200	-.010	.308	.127	.388	-.090	.222	1.000	.149	-.050	.272
	Significancia	.000	.000	.000	.000	.417	.000	.005	.000	.033	.000	.	.001	.152	.000
Y2	Correlación	.018	.142	.150	.358	.295	.059	.473	.086	.312	.256	-.050	.694	1.000	.310
	Significancia	.356	.002	.001	.000	.000	.114	.000	.039	.000	.000	.152	.000	.	.000
Y3	Correlación	.200	.319	.357	.415	.228	.262	.352	.242	-.010	.376	.272	.447	.310	1.000
	Significancia	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.423	.000	.000	.000	.000	.

**Nota:** gl= 583. (Análisis de resultados con SPSS)

Fuente: Elaboración propia.

Como ya se mencionó, observamos el valor de la significancia de la variable Y1 (dependiente), con el resto de las variables (independientes). Esta significancia, como se observa en la tabla 6.24, en las trece variables es inferior a 0.05, lo que nos permite aceptar la hipótesis alterna, por lo tanto, la relación entre la variable dependiente y la variable independiente es lineal.

## **6.9 Homocedasticidad**

“La homocedasticidad es el último supuesto que deben cumplir los datos antes de iniciar su tratamiento multidimensional” (Lévy y Varela 2003, p. 15). La homocedasticidad es una perturbación que se produce cuando la varianza de los errores no es constante. De acuerdo con Hair, et al (2007), es un supuesto relativo a las relaciones de dependencia entre variables.

El supuesto se consigue cuando la varianza de los errores es constante. “Es decir, la variación de la variable dependiente que se intenta explicar a través de las variables independientes no se concentra en un pequeño grupo de valores independientes” (Lévy y Varela 2003, p. 37).

Para evaluar la homocedasticidad de las variables se utilizó el test de Levene, el cual se aplica para evaluar si las varianzas de una variable métrica son iguales a lo largo de cualquier cantidad de grupos.

Se proponen las siguientes hipótesis para evaluar la prueba de homocedasticidad:

Ho: Las varianzas de los grupos no son iguales.

Ha: Las varianzas de los grupos son iguales.

Una vez planteadas estas hipótesis se realizaron los pasos necesarios para el programa estadístico SPSS, para calcular la prueba de homogeneidad de varianzas, obteniendo los siguientes resultados que aparecen en la tabla 6.25.

**Tabla 6.25** Prueba de homogeneidad de varianzas de Levene Y1 (Responsabilidad ambiental)

Variables	Estadístico de Levene	Sig.
(X1) Creencias personales	.861	<b>.660</b>
(X2) Creencias socio culturales	1.270	<b>.176</b>
(X3) Creencias socio políticas	1.456	<b>.074</b>
(X4) Consumo de medios culturales	1.087	<b>.354</b>
(X5) Consumo de medios recreativos	1.653	.026
(X6) Valores personales	1.908	.006
(X7) Valores sociales	1.434	<b>.083</b>
(X8) Locus de control interno	1.019	<b>.441</b>
(X9) Locus de control externo	1.082	<b>.361</b>
(X10) Motivación altruista	.929	<b>.565</b>
(X11) Preocupación ambiental	1.144	<b>.290</b>
(Y2) Participación política	3.013	.000
(Y3) Intención de voto	1.602	.035

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

Los resultados de esta prueba nos permiten aceptar la Ha: la varianza en los grupos es igual para Y2, Y3, X5 y X6 dado que la Significancia (Sig.) del estadístico de Levene es menor a 0.05. Para los casos de X1, X2, X3, X4, X7, X8, X9, X10 y X11 se acepta Ho: la varianza en los grupos

no es igual y no superan la prueba de Homocedasticidad. Sin embargo, las variables dependientes X1, X2, X3, X4, X7, X8, X9, X10 y X11 superaron las pruebas de normalidad y linealidad y serán agregadas al modelo de regresión lineal múltiple para observar su comportamiento.

**Tabla 6.26** Prueba de homogeneidad de varianzas de Levene Y2 (Participación política)

Variables	Estadístico de Levene	Sig.
(X1) Creencias personales	1.060	<b>.549</b>
(X2) Creencias socio culturales	1.471	.009
(X3) Creencias socio políticas	1.488	<b>.388</b>
(X4) Consumo de medios culturales	1.716	<b>.073</b>
(X5) Consumo de medios recreativos	.813	<b>.067</b>
(X6) Valores personales	.879	.020
(X7) Valores sociales	1.251	<b>.721</b>
(X8) Locus de control interno	1.114	<b>.632</b>
(X9) Locus de control externo	1.197	<b>.194</b>
(X10) Motivación altruista	2.320	<b>.325</b>
(X11) Preocupación ambiental	1.783	<b>.240</b>
(Y1) Responsabilidad ambiental	.938	.000
(Y3) Intención de voto	1.857	.009

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

Los resultados de esta prueba nos permiten aceptar la Ha: la varianza en los grupos es igual para X2, X6, Y1, Y3 dado que la Significancia (Sig.) del estadístico de Levene es menor a 0.05. Para los casos de X1, X3, X4, X5, X7, X8, X9, X10 y X11 se acepta Ho: la varianza en los grupos no es igual y no superan la prueba de Homocedasticidad. Sin embargo, las variables dependientes X1, X3, X4, X5, X7, X8, X9, X10 y X11 superaron las pruebas de normalidad y linealidad y serán agregadas al modelo de regresión lineal múltiple para observar su comportamiento.



**Tabla 6.26** Prueba de homogeneidad de varianzas de Levene Y3 (Intención de voto)

Variables	Estadístico de Levene	Sig.
(X1) Creencias personales	1.774	.016
(X2) Creencias socio culturales	1.161	<b>.277</b>
(X3) Creencias socio políticas	1.082	<b>.362</b>
(X4) Consumo de medios culturales	1.534	.056
(X5) Consumo de medios recreativos	1.361	<b>.125</b>
(X6) Valores personales	2.061	.003
(X7) Valores sociales	1.063	<b>.385</b>
(X8) Locus de control interno	1.105	<b>.336</b>
(X9) Locus de control externo	1.242	<b>.205</b>
(X10) Motivación altruista	1.177	<b>.261</b>
(X11) Preocupación ambiental	2.465	.000
(Y2) Participación política	1.990	.005
(Y1) Responsabilidad ambiental	.981	<b>.489</b>

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

Los resultados de esta prueba nos permiten aceptar la  $H_a$ : la varianza en los grupos es igual para Y2, X1, X4, X6 y X11 dado que la Significancia (Sig.) del estadístico de Levene es menor a 0.05. Para los casos de Y1, X2, X3, X5, X7, X8, X9 y X10 se acepta  $H_o$ : la varianza en los grupos no es igual y no superan la prueba de Homocedasticidad. Sin embargo, las variables dependientes Y1, X2, X3, X5, X7, X8, X9 y X10 superaron las pruebas de normalidad y linealidad y serán agregadas al modelo de regresión lineal múltiple para observar su comportamiento.

## **6.10 Análisis del Modelo de Regresión Lineal Múltiple**

En la presente investigación se identifican las variables que perciben los alumnos de educación superior en relación con la responsabilidad ambiental, mediante el análisis de la técnica regresión lineal múltiple. Este método de análisis, de acuerdo con Hair et al. (1999) es apropiado cuando el problema de investigación incluye una única variable métrica dependiente (criterio) que se supone está relacionada con una o más variables métricas independientes (predictores) y que permiten tanto la predicción como la explicación. Antes de presentar este análisis de regresión, se analizan los resultados del Alpha de Cronbach, la cual ayuda a determinar la confiabilidad del instrumento de acopio.

### **6.10.1 Alpha de Cronbach**

Con el propósito de determinar la fiabilidad del instrumento de acopio de información y de cada ítem que conforman a las variables -tanto la dependiente como las independientes-, se probaron a través de la prueba Alpha de Cronbach, que en opinión de Popham (2000), es la más utilizada para determinar la confiabilidad.

La fiabilidad de acuerdo con Hair et al (1999) “es el grado de consistencia entre las múltiples medidas de una variable, dado que no hay un único ítem que sea una medida perfecta de un concepto, debemos de legar en un conjunto de medidas de diagnosis para valorar la consistencia interna... El acuerdo general sobre el límite inferior es de 0,70, aunque puede bajar a 0,60 en la investigación exploratoria”.

Los resultados de esta prueba sugieren alto grado de confiabilidad del instrumento, como se puede observar en la tabla 6.27, donde sólo dos variables resultaron con valor inferior a 0,50,

por lo tanto, se considera que la mayoría de las variables cuentan con niveles aceptables de fiabilidad de la escala, en términos de consistencia interna.

**Tabla 6.27,** Variables con sus respectivos valores de alfa de cronbach

Variables	Alfa de Cronbach <b>418</b> elementos	Alfa de Cronbach (máximo por variable) si se elimina uno o más elementos
(Y1) Responsabilidad Ambiental	.671	.694
(Y2) Participación Política	.678	.838
(Y3) Intención De Voto	.596	.641
(X1) Creencias Personales	<b>.411</b>	<b>.477</b>
(X2) Creencias Socio Culturales	.535	.601
(X3) Creencias Socio Políticas	<b>.443</b>	<b>.443</b>
(X4) Consumo De Medios Culturales	.791	.791
(X5) Consumo De Medios Recreativos	.609	.683
(X6) Valores Personales	.537	.663
(X7) Valores Sociales	.562	.719
(X8) Locus De Control Interno	.605	.632
(X9) Locus De Control Externo	.556	.577
(X10) Motivación Altruista	.673	.720
(X11) Preocupación Medio Ambiental	.680	.680

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

## 6.11 Resumen del modelo

Previo a la aplicación de la técnica estadística de Regresión múltiple, se identificaron en el paquete estadístico SPSS versión 22, observaciones influyentes o poco comunes. De tal manera que, de los 462 cuestionarios, se adecuó la muestra a 418 cuestionarios. Igual situación ocurrió al identificar las muestras individuales para cada una de las áreas participantes en el estudio. La tabla 6.28 contiene los resultados de este análisis.

**Tabla 6.28** Cuestionarios seleccionados mediante SPSS para el Análisis de Regresión

Áreas del conocimiento	Población	Muestra estratificada	Cuestionarios capturados	Cuestionarios utilizados en el análisis de regresión
Ciencias de la salud	2,353	66	74	68
Ciencias sociales	5,331	148	224	204
Ciencias Exactas	4,171	116	164	146
Total	11,926	330	462	<b>418</b>

**Nota:** Los cuestionarios utilizados en el Análisis de Regresión fueron seleccionados mediante el programa estadístico SPSS. Los cuestionarios eliminados fueron identificados por SPSS como observaciones influyentes o poco comunes. Estas observaciones tienen un impacto desproporcionado en un modelo de regresión y/o ANOVA. Es importante identificarlas (eliminarlas) porque pueden producir resultados engañosos. Por ejemplo, un coeficiente significativo pudiera parecer no significativo. Las observaciones influyentes pueden ser: a) Puntos de apalancamiento que se encuentran en el extremo de la dirección  $x$ , b) Valores atípicos, que se encuentran en el extremo de la dirección  $y$  con respecto a la línea de regresión ajustada.

A este respecto Hair et. al (1999) “recomienda al investigador que elimine las observaciones verdaderamente excepcionales pero que esté en guardia contra la destrucción de observaciones que, aunque diferentes sean representativas de la población”, por esta razón no se permitió que los tamaños de las muestras fueran inferiores a las establecidas estadísticamente, como se puede observar en la tabla 6.28, en donde de los 74 cuestionarios obtenidos de la Ciencias de la salud, se utilizaron en el análisis de regresión múltiple 68 de ellos, cantidad superior a los 66 necesarios estadísticamente.

Las técnicas estadísticas que aparecen en el resumen del modelo se calcularon mediante el paquete estadístico SPSS versión 22, a través del análisis de regresión lineal múltiple, y mediante el método de pasos sucesivos. La tabla 6.29 contiene los resultados de este análisis aplicado a la variable dependiente Y1, en ella se puede observar un coeficiente de correlación de 63.5%, es decir el grado en que explican las variables independientes a la variable dependiente, o a la inversa, que el 36.5% no se explica por las diferencias de las variables independientes (Hayes, 1999, p. 234). En otras palabras, las variables (X1), (X4), (X7), (Y2) y (Y3) explican el 63.5% de variable dependiente (Responsabilidad ambiental).

**Tabla 6.29** Resumen del Modelo, Muestra General

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.797 <sup>e</sup>	.635	.631	.38663	1.689

*Nota:* Variables predictoras: (Constante), Y2, Y3, X1, X4, X7.

*Fuente:* Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia.

En esta misma tabla tenemos estadísticos de Durbin-Watson (1.689), el cual indica que las observaciones de esta muestra no están auto-correlacionadas, dado que los valores

permitidos se encuentran entre 1.5 y 2.5. El resultado de .38663 obtenido en el error estándar de la estimación refiere que la dispersión de los datos (observaciones), se encuentran cerca de la regresión, o bien, cerca de 0, lo que ofrece que el modelo contiene una predicción aceptable.

La tabla 6.30, Coeficiente de la muestra general, describe el valor del VIF (factor de inflación de la varianza), el cual se identificó inferior a 10 y con ello indica que no presenta multicolinealidad o correlación entre las variables independientes en el modelo de regresión. También se identifican los coeficientes no estandarizados beta (B), con ellos se puede determinar que las variables: X12 (Y2), tiene un impacto de .415, X4, tiene un impacto de .166, X7, tiene un impacto de .251, X13 (Y3), tiene un impacto de .089 y X1, tiene un impacto de .085 en la variable dependiente (Y) Responsabilidad ambiental. También se encuentra la significancia del modelo la cual resultó inferior a .05.

**Tabla 6.30** Coeficientes de la muestra

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	B	Error estándar	Beta			Tolerancia	VIF
1 (Constante)	.033	.157		.210	.834		
(Y2) Participación política	.415	.031	.467	13.193	.000	.707	1.415
(Y3) Intención de voto	.089	.028	.111	3.214	.001	.746	1.340
(X1) Creencias personales	.085	.031	.084	2.738	.006	.932	1.073
(X4) Consumo de medios culturales	.166	.027	.213	6.186	.000	.748	1.337
(X7) Valores sociales	.251	.036	.244	6.981	.000	.728	1.374

*Fuente: Análisis de resultados con SPSS v. 22. Elaboración propia*

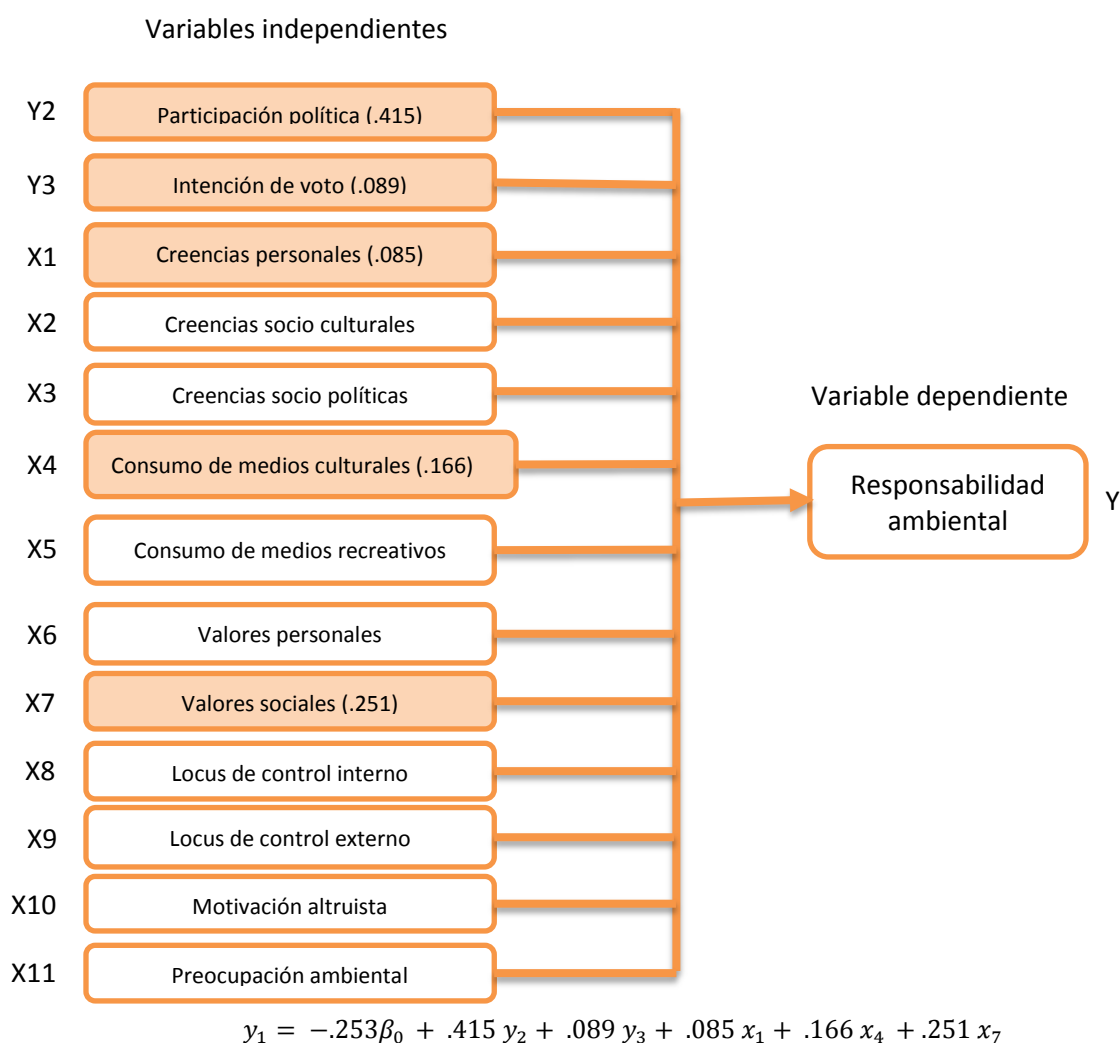
La figura 6.35 describe los resultados obtenidos del análisis de regresión múltiple, en ella se muestran las cinco de las catorce variables que resultaron significativas en el modelo: (Y2) Participación política, (Y3) Intención de voto, (X1) Creencias personales, (X4) Consumo de medios culturales y (X7) Valores sociales.

De igual forma se puede apreciar en esta figura que las variables independientes: (X2) Creencias Socio Culturales, (X3) Creencias Socio Políticas, (X5) Consumo de medios recreativos, (X6) Valores Personales, (X8) Locus de control interno, (X9) Locus de control externo, (X10) Motivación altruista y (X11) Preocupación medio ambiental, no resultaron significativas en este modelo.

Los datos anteriores nos permiten aceptar que la hipótesis de investigación y en los términos de este estudio concluir que:

La responsabilidad ambiental que perciben los estudiantes de sexto semestre en el estado de Nuevo León está asociada por los siguientes factores: Participación política (Y2), Intención de voto (Y3), Creencias personales (X1), Consumo de medios culturales (X4) y Valores sociales (X7).

**Figura 6.35** Modelo gráfico del análisis de regresión.



*Nota: Fuente elaboración propia*

Con el propósito de cumplir con los tres objetivos secundarios del estudio se colocó como variable dependiente a Y1 (Responsabilidad ambiental), Y2 (Participación política) y Y3 (Intención de voto) al realizar la relación entre variables. La tabla 6.31, contiene los resultados obtenidos en el análisis de regresión lineal múltiple aplicado a cada una de nuestras variables dependientes (Y1, Y2, Y3) por pasos sucesivos, en ella se puede identificar que el R cuadrado más alto se obtuvo en el modelo presentado para Y1 (Responsabilidad ambiental) a través de cinco variables que resultaron significativas y que explican el 63.5%



para Responsabilidad ambiental y el más bajo es el presentado para Y3 (Intención de voto), que con siete variables su coeficiente de correlación explica el 34.4% del modelo.

**Tabla 6.31,** Concentrado de resultados del análisis de regresión

Variable dependiente	Total (Sig.)	variables	Variables predictoras	r	R cuadrado
Y1	.006		Y2 Participación política	.797	.635
			Y3 Intención de voto		
			X1 Creencias personales		
			X4 Consumo de medios culturales		
			X7 Valores sociales		
Y2	.045		Y1 Responsabilidad ambiental	.740	.548
			X4 Consumo de medios culturales		
			X6 Valores personales		
			X7 Valores sociales		
			X9 Locus de control externo		
			X11 Preocupación medio ambiental		
Y3	.013		Y1 Responsabilidad ambiental	.587	.344
			X2 Creencias socio culturales		
			X3 Creencias socio políticas		
			X4 Consumo de medios culturales		
			X7 Valores sociales		
			X9 Locus de control externo		
			X10 Motivación altruista		

*Nota: Fuente elaboración propia.*

Una relación de las variables dependientes que resultaron significativas en las tres muestras analizadas en el estudio, se presenta en la tabla 6.32. En ella se puede apreciar que la variable X4 (Consumo de medios culturales), aparece significativa en todas las muestras, mas sin embargo, existen otras variables que se relacionan con dos de nuestras variables como por ejemplo; Y1 (Responsabilidad ambiental) se relaciona con Y2 (Participación política) y Y3 (Intención de voto), X7 (Valores sociales) con Y1 (Responsabilidad ambiental) y Y2 (Participación política), así como también X9 (Locus de control externo) con Y2 (Participación política) y Y3 (Intención de voto).

Por otra parte, las variables que sólo resultaron significativas en una sola muestra son Y2 (Participación política), Y3 (Intención de voto) para Y1 (Responsabilidad ambiental), X6 (Valores personales) y X11 (Preocupación medio ambiental) para Y2 (Participación política),

X2 (Creencias socio culturales), X3 (Creencias socio políticas), X10 (Motivación altruista), para Y3 (Intención de voto). Se aprecia también que no todas las variables propuestas resultaron significativas en una de las muestras, por ejemplo (X5) Consumo de medios recreativos y (X8) Locus de control interno no resultaron significativas para ninguna de nuestras variables dependientes.

**Tabla 6.32,** Relación de variables dependientes que resultaron significativas para: Y1, Y2, Y3

Variables independientes	Variables dependientes		
	Y1	Y2	Y3
Y1		X	X
Y2	X		
Y3	X		
X1	X		X
X2			X
X3			X
X4	X	X	X
X5			
X6		X	
X7	X	X	
X8			
X9		X	X
X10			X
X11		X	
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan de manera general los principales hallazgos realizados dentro de la investigación de elecciones, gobernabilidad y poder, en la cual se analizaron diversos estudios sobre la percepción que concurre en la vida de los jóvenes hoy en día en España en Estados Unidos y unos pocos en México, de los cuales surgieron la hipótesis del estudio y sus variables del estudio con el fin de cumplir con el objetivo de la tesis que consta de analizar los factores asociados con la responsabilidad ambiental, la intención de voto y la participación política, de los estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Cabe señalar, que en el estudio se consideró a la *Responsabilidad ambiental* como la variable dependiente principal, al realizar el recuento de las frecuencias, esta variable dependiente *Responsabilidad ambiental* -que implica la percepción que los encuestados tienen sobre la *Responsabilidad ambiental* en su vida- obtuvo un porcentaje bajo de 44.5%, lo que señala un evidente desinterés por participar en actividades ambientales, como el reciclaje, uso controlado de papel, electricidad, etc. así como la participación en organizaciones ambientalistas.

Podemos observar que los valores a destacar en los jóvenes que participaron en el estudio, como fueron las creencias socio culturales, socio políticas, el consumo de medios recreativos, los valores personales, la motivación altruista, la preocupación ambiental, el locus de control interno y externo, los cuales resultaron presentes en la vida diaria de los estudiantes, más sin embargo, a pesar de hallarlos de manera dinámica en la cotidianeidad, no tienen relación significativa con la responsabilidad ambiental, dichos valores aunque se identificaron activos en los jóvenes, al parecer se encuentran direccionados hacia otros intereses, puesto que ellos distinguen a la responsabilidad ambiental como acciones

relacionadas con el poder gubernamental como la participación política, su intención de voto y que les son proveídos a través del consumo de medios culturales, y que tienen un efecto en sus creencias personales y los valores sociales que poseen, lo que los lleva a no percibir a la responsabilidad ambiental como acciones en las que deban involucrarse personalmente.

Lo anterior es visible en los resultados de las frecuencias de la variable *responsabilidad ambiental*, en donde se obtuvo que el mayor porcentaje (48%) declaro realizar “a veces” actividades de responsabilidad ambiental y solo el 4.1% declaro realizar estas actividades “siempre”.

Una variable que resultó significativa en el estudio y que merece atención, es el *consumo de medios culturales* (consumir programas como: Discovery o History Channel) y que aun y cuando esta variable no resultó la de mayor fuerza, pero que a fin de cuentas describe un impacto en la variable dependiente, es recomendable aprovechar esta variable y construir programas nacionales culturales a través de los cuales permitan a los jóvenes inculcar y promover los valores sociales que les permitan adquirir mayor responsabilidad ambiental e involucrarse directamente en actividades y organizaciones que beneficien al ambiente.

Esta investigación doctoral pretende realizar un aporte al conocimiento sobre el tema, al haberse realizado en Nuevo León y enfocado específicamente en los estudiantes de licenciatura mayores de edad, dado que ellos se encuentran en un mundo donde la *responsabilidad ambiental* se escucha día a día, pero no se vive en ella. A pesar de que existe amplia información en forma general sobre el tema, por el contrario no parece haber suficiente en forma específica, puesto que parece haber muchos temas por tratar aún, incluso como el presente de los estudiantes de la UANL.

## Referencias

(s.f.).

Abejon, P., Sastre, A., & Linares, V. (2012). Facebook y Twitter en campañas electorales en España. *Anuario Electronico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*.

Aguilar, L. F. (2007). El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza. *CLAD Reforma y Democracia*, 1-15.

Alarcón, R. (2005). Premisas histórico-socioculturales de la juventud peruana: obediencia filial y virginidad. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 37, 81-94.

Alarcón, R. (2011). Comentarios a “Las premisas histórico-socioculturales de la familia mexicana: su exploración desde las creencias y las normas”. *Revista Mexicana de Investigación en Psicología*, 144-147.

Álvarez García, A. M. (2010). Principales efectos y ventajas del uso de las nuevas tecnologías en campañas electorales. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 55-84.

Alvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2009). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós Educador.

Aragones, E., & Palfrey, T. (2004). The effect of candidate quality on electoral equilibrium. *Am. Polit. Sci. Rev.*, 77-90.

Barbour, R. S., & Kitzinger, J. (1999). *Developing Focus Group Research. Politics, Theory and Practice*. London: Sage Publications.

Batson, C. D. (1991). *The Altruism Question: Toward a Social Psychological Answer*. Hillsdale: Erlbaum Associates, Inc., Publishers.

Bendit, R. (2000). Participación social y política de los jóvenes en países de la Unión Europea. En S. Balardini, *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*. Buenos Aires: CLACSO.

Black, D. (1958). *The Theory of Committees and Elections*. New York: Cambridge Univ. Press.

Bouton, L., & Castanheira, M. (2010). *One Person, many votes: divided majority and information aggregation*.

Bramley, G., & Power, S. (2009). Urban form and social sustainability: the role of density and housing type. *Environmental and Planning*, 30-48.

Bryman, A., & Bell, E. (2007). *business research meatod*. New York: OXFORD UNIVERSITY PRESS.

Calderón, F. (2006). Basura electoral, los residuos del ejercicio democrático. *365 días para vivir con salud*.

- Calvo, A. (1999). *La conducta prosocial: su evaluación en la infancia y la adolescencia*. Valencia: Tesis doctoral (Universidad de Valencia). .
- Cantú-Martínez, P. C. (2013). Las instituciones de educación superior y la responsabilidad social en el marco de la sustentabilidad. *Revista Electrónica Educare*, 41-55.
- Cantú-Martínez, P. C. (2014). Educación ambiental y la escuela como espacio educativo para la promoción de la sustentabilidad. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)*, 39-52.
- Cantú-Martínez, P. C. (2015). Escenario socio ambiental del área metropolitana de monterrey. *CIENCIA UANL*, 38-46.
- Castanheira, M., & Sahuguet, N. (2008). *The impact of party organization on electoral outcomes*. Brussels: ECARES Work.
- Castells, M. (2011). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Chih-Hui, L., & Tang, T. (2015). Understanding Local News Consumption and Community Participation via the Lens of Information Repertoires and Media Multiplexity. *Mass Communication and Society*, 25.
- Chiu, R. (2002). Social equity in housing in the Hong Kong special administrative region: a social sustainability perspective. *Sustainable Development*, 155-162.
- Clark, A., & Watson, D. (1995). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7, 309-319.
- Comisión Nacional de Derechos Humanos. (01 de Marzo de 2013). Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos. *Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos*. México, D.F., México: Comisión Nacional de Derechos Humanos.
- De la Fuente, J., Peralta, F., & Sánchez, M. (2006). Valores sociopersonales y problemas de convivencia en la Educación Secundaria. *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*, 4, 171-200.
- Dewan, T., & Shepsle, K. A. (2011). Political Economy Models of Elections. *Annual Review of Political Science*, 311-330.
- Duverger, M. (1951). *Les Partis politiques*. París: Librairie Armand Colin.
- Edmunds, H. (1999). *The Focus Group Research Handbook*. Chicago, Illinois: American Marketing Association.
- Fara, C. (2006). La dinamica de las campañas presidenciales en México 2006. *Citizens and Politics*.
- Fern, E. F. (2001). *Advanced Focus Group Research*. London: Sage Publications.

- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Flores Treviño, M. E. (2007). *El arte de persuadir en las publicaciones religiosas*. Monterrey, Nuevo León: Facultad de Filosofía y Letras. UANL.
- Gallego, F. (2013). El papel de la gestión analítica de las audiencias sociales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, N° 95, 68 - 76.
- García Beaudox, V., D'Adamo, O., & Slavinsky, G. (2007). *Comunicación política y campañas electorales*. Barcelona: Gedisa.
- García Campos, T. (2000). *Culturas y subculturas: el mexicano y su diversidad (Tesis de Doctorado no publicada)*. México DF, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gersbach. (1995). *Competing for donos. Unpublished manuscript*. Heidelberg: Alfred Weber Institute.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN. (30 de MARZO de 2017). *NUEVO LEÓN GOBIERNO CIUDADANO*. Obtenido de NUEVO LEÓN GOBIERNO CIUDADANO: <http://www.nl.gob.mx/servicios/mapa-de-la-calidad-del-aire>
- Gobierno del Estado de Nuevo León, México. Administración 2009 - 2015. (1 de Abril de 2005). [www.nl.gob.mx](http://www.nl.gob.mx). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de [www.nl.gob.mx](http://www.nl.gob.mx): <http://www.nl.gob.mx/?P=sdsustentable>
- Godschalk, D. R. (2004). Land use planning challenges: coping with conflicts in visions of sustainable development and livable communities. *Journal of American Planning Association*, 5-13.
- Goldsmith, E. (Septiembre de 2002). Editorial, globalising poverty: the World Bank, IMF and WTO - their policies expose. *The Ecologist*, 3-5.
- González Luna Bueno, F. (2007). *La regulación de las telecomunicaciones*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Gordon, L. (1977). *Cuestionario de Valores Interpersonales*. Madrid: TEA.
- Gordon, L. (2003). *Cuestionario de Valores Personales*. Madrid: TEA.
- Green, Brock, & Kaufman. (2004). Transportation and Enjoyment. *Communication Theory*, 311-327.
- Greenbaum, T. L. (1998). *The Handbook for Focus Group Research*. London: Sage Publications.
- Guy Peters, B. (2003). La capacidad para gobernar ¿retrocediendo hacia el centro? *VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, 1-15.
- H. Congreso del Estado. (31 de Julio de 2008). LEY ELECTORAL DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN. *ULTIMA REFORMA PUBLICADA EN EL PERIODICO OFICIAL: 31 DE JULIO DE 2008*. Monterrey, Nuevo León, México: H. Congreso del Estado.

- Hartman, R. (1973). *The Hartman value profile*. Muskegon, MI: Research Concepts.
- Hobbes, T. (2003). *Leviatán*. Buenos Aires: Losada.
- Ibáñez, J. (1991). *El grupo de discusión: fundamento metodológico y legitimación epistemológica*. Granada: M. Latiesa.
- INE. (2012). La política ambiental mexicana. *Publicación de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales*, 118-131.
- INE. Instituto Nacional Electoral. (12 de Marzo de 2014).  
[http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca\\_del\\_INE/](http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca_del_INE/). Recuperado el 12 de Marzo de 2014,  
 de [http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca\\_del\\_INE/](http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca_del_INE/):  
[http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca\\_del\\_INE/](http://www.ine.mx/portal/site/ifev2/Acerca_del_INE/)
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where Old and New Media Collide*. London: New York University Press.
- Jucker, R. (2002). "Sustainability? Never heard of it!" Some basics we shouldn't ignore when engaging in education for sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 8-18.
- Kiely, T. (1998). Wired Focus Group. *Harvard Business Review*, 12-16.
- Kraus, S., & Davis, D. (2006). *Comunicación masiva*. México: Trillas.
- Krueger, K. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.
- Krueger, R., & Casey, M. A. (2000). *Focus Groups: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Larraín, S. (2004). El paradigma de la Sustentabilidad perspectiva ecologista y perspectiva de género. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Leñero Otero, L. (1980). *Realidades familiares: la crisis del modelo nuclear-conyugal en los países latinoamericanos, a partir del caso mexicano (Informe de Pro Mundi Vita 21)*. Bruselas, Bélgica: Pro Mundi Vita.
- Lerma Kirchner, A. (2005). *Mercadotecnia Política*. México, D.F.: Gasca.
- Lerner, R. (2004). *Liberty: Thriving and civic engagement among American youth*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Loaeza, S. (1999). *El Partido Acción Nacional: la larga marcha, 1939– 1994. Oposición leal y partido de protest*. México: Fondo de Cultura Económica.
- López, F. (1994). *Para Comprender la Conducta Altruista*. Navarra: Verbo Divino.



- Madrigal, A. (7 de Mayo de 2014). *MILENIO.COM*. Obtenido de MILENIO.COM:  
[http://www.milenio.com/estados/calidad\\_del\\_aire-contaminacion-particulas\\_contaminantes-Organizacion\\_Mundial\\_de\\_la\\_Salud-OMS-Monterrey-Toluca-Ciudad\\_de\\_Mexico\\_0\\_294570980.html](http://www.milenio.com/estados/calidad_del_aire-contaminacion-particulas_contaminantes-Organizacion_Mundial_de_la_Salud-OMS-Monterrey-Toluca-Ciudad_de_Mexico_0_294570980.html)
- March, J., & Olsen. (1989). *Rediscovering Institutions. The Organizational Basis of Politics*. Nueva York: The Free Press.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2006). *Designing Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Martínez Miguélez, M. (2006). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México: Trillas.
- Martinez-Alier, J. (2006). Los conflictos ecológico-distributivos y los indicadores de sustentabilidad. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*.
- Martino, A. (1999). La política. En A. Martino, *Sistemas electorales* (págs. 823-850). Cordoba.
- Megías, E. (2001). *Valores sociales y drogas*. Madrid: FAD.
- Molina V., J. E. (2000). Sistemas electorales y sistemas de partidos en los países andinos. *Espacio Abierto*, 557-578.
- Montero, I., & León, O. G. (2005). Sistema de clasificación del método en los informes de investigación en Psicología. *Internacional Journal of Clinical and Health Psychology*, 115-127.
- Moreno, M., Corraliza, J. A., & Ruiz, J. P. (2005). Escala de actitudes ambientales hacia problemas específicos. *Psicothema*, 502-508.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages. *Communication Theory*, 407-425.
- Mussali, R. (08 de Abril de 2012). Campañas electorales 2012 y la agenda ambiental. (S. Reynoso, Entrevistador)
- Naciones Unidas. (2008). *OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO*. Nueva York: Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.
- Nohlen, D. (1998). Sistemas electorales parlamentarios y presidenciales. En D. Nohlen, S. Picado, & D. Zovatto, *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina* (págs. 154-185). México, D.F.: FCE.
- Novo Vázquez, M. A. (23 de mayo de 2014). Comportamiento estratégico de los mass media y los partidos en campaña electoral. Una aproximación. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 43-52. Recuperado el 23 de mayo de 2014, de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38060103#>:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38060103#>

- Palmujoki, E. (2006). PUBLIC-PRIVATE GOVERNANCE PATTERNS AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY. *Environment, Development and Sustainability*, 1-17.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Pineda, A. (2008). Algunas implicaciones de la teoría de la Economía Política de la Comunicación para la investigación de la propaganda. *Propaganda Research*.
- Price, R. (2008). Detecting Ideas and Their Effects. En R. E. Tilly, *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis* (págs. 252-265). Oxford : Oxford University Press.
- Reid, D. J., & Reid, F. J. (2005). Online Focus Groups: An In-deep Comparison of Computer-Mediated and Convecional Focus Group Discussions. *International Journal of Market Research*, 62-131.
- Roche, R. (1995). *Psicología y Educación para la Prosocialidad*. Buenos Aires: Ciudad Nueva.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Nueva York: Free Press.
- Romero, J. J. (1999). "Las instituciones políticas desde un nuevo ángulo". En M. Merino, *La ciencia política en México* (págs. 234-264). México: Fondo de Cultura Económica.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80.
- Rubio, M. J., & Varas, J. (2004). *El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: CCS.
- Rueschemeyer, D. (2008). Why and How Ideas Matter. En R. E. Tilly, *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis* (págs. 227-251). Oxford: Oxford University Press.
- Sachs, I. (1999). Social sustainability and whole development. En E. Becker, & T. Jahn, *Sustainability and the Social Sciences* (págs. 25-36). New York: Zed Books and UNESCO.
- Salazar Gonzalez, G. (2007). Sistema electoral y democracia de calidad: Análisis de las campañas electorales en Nuevo León. *CONfines*, 37-52.
- Saldierna Salas, A. R. (2014). Análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los pre-ciudadanos en Nuevo León. En A. R. Salas, *Análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los pre-ciudadanos en Nuevo León*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Santúe, E. (1997). *El diseño grafico desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.

- Sanz de Acebo, M., Ugarte, M., & Lumbreras, M. (2003). Desarrollo y validación de un cuestionario de metas para adolescentes. *Psicothema*, 15, 493-499.
- Schmitt-Beck, R., & Macenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers: A study of turnout at German local election. *Electoral Studies*, 329-404.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. En M. Zanna, *Advances in experimental social psychology*, vol. 25 (págs. 1-65). Nueva York: Academy Press.
- Segoviano, J. (2015). Muestreo estratificado. En G. Tamez, & K. Saenz, *Metodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales* (págs. 438-457). México: Tirant lo Blanch.
- Shepsle, K. A., & Bonchek, M. S. (2005). *Las fórmulas de la política. Instituciones, racionalidad y comportamiento*. México: Taurus/ Centro de Investigaciones y Docencia Económicas (CIDE).
- Sosa Plata, G. (20 de abril de 2006). *Tecnologías digitales y reforma del Estado*. I Revista Mexicana de Comunicación. México  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc90/tecnologias.htm>.  
 Recuperado el 20 de abril de 2006, de Tecnologías digitales y reforma del Estado. I Revista Mexicana de Comunicación. México  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc90/tecnologias.htm>:  
 Tecnologías digitales y reforma del Estado. I Revista Mexicana de Comunicación. México  
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc90/tecnologias.htm>
- Téllez Morales, N. M. (2017). El aprendizaje político como puente entre el visionado de los debates electorales y la participación político electoral. En N. M. Morales, *El aprendizaje político como puente entre el visionado de los debates electorales y la participación político electoral*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Trejo Delarbre, R. (2000). EL IMPERIO DEL MARKETING POLÍTICO. CUANDO LAS IMÁGENES DESPLAZAN A LAS IDEAS. *América Latina Hoy*, 15-22.
- Triandis, H. C., & Gelfand, M. J. (2012). A theory of individualism and collectivism. En A. W. P. A. M. Van Lange, *Handbook of theories of social psychology* (págs. 498-520). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Tsebelis, G. (1990). *Nested Games. Rational Choice in Comparative Politics*. Berkeley: University of California Press.
- Tudela, F. (2004). *Los síndromes de sostenibilidad de desarrollo: El caso de México*. Santiago de Chile: CEPAL.
- UNESCO. (15 de abril de 2015). *Diversidad de las expresiones culturales*. Obtenido de es.unesco.org:  
<http://es.unesco.org/creativity/cdis/dimension/communication>

- Universidad Autónoma de Nuevo León. (2012). *Informe anual de actividades del Rector Dr. Jesus Ancer Rodríguez*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Uvalle Berrones, R. (2012). Democracia, administración pública y transparencia en las políticas públicas. *XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, 2-10.
- Uvalle-Berrones, R. (2011). Las ciencias sociales y las políticas públicas en el fortalecimiento del arte de gobernar. *Convergencia*, 37-68.
- Vallaes, F. (17, 18 y 19 de Septiembre de 2012). Etica y Responsabilidad social. *1ER. FORO DE LA RED NACIONAL DE SERVICIO SOCIAL DE LA ANUIES*, 1-38. D.F., México, México: ANUIES.
- Vallance, S., Perkins, H. C., & Dixon, J. E. (2011). What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum*, 342-348.
- Valle, D. (2013). *"Redes sociales y procesos de socialización: Papel de la red social Facebook en los procesos de socialización de los jóvenes del Colegio Pedro Carbo de la Ciudad de Guaranda"*. Tesis de grado. . Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Valles, M. S. (2007). *Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexion metodológica y práctica profesional*. Madrid: SINTESIS.
- Vásquez, Juan José; Todo Marqueting. (24 de Mayo de 2014). <http://www.todomktblog.com/2013/05/ques-es-la-agenda-setting.html>. Recuperado el 24 de Mayo de 2014, de <http://www.todomktblog.com/2013/05/ques-es-la-agenda-setting.html>: <http://www.todomktblog.com/2013/05/ques-es-la-agenda-setting.html>
- Vinader, R., & De la Cuadra, E. (2012). Estudios sobre el Mensaje Periodístico. *Televisión 2.0: las estrategias comunicativas en la Web social*, 912.
- Wisker, G. (2008). *The Postgraduate Research Handbook*. New York: Palgrave macmillan.

## Anexos

### Anexo 1

Buenos días/tardes, estimado(a) alumno(a):

Este es un cuestionario, cuyo objetivo es conocer su opinión frente a diferentes temáticas ambientales con fines educativos, en el cual su participación es voluntaria. Por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? Su duración es de **20 minutos** (aprox.). La información que nos proporcione es completamente confidencial. Muchas gracias por su colaboración.

***Por favor conteste las siguientes preguntas sobre usted mismo(a).***

***Marcando solo una respuesta o lo que se le indique.***

**Edad:** \_\_\_\_\_. **Sexo:** \_\_ Masculino \_\_ Femenino

**Eres miembro activo de una organización ambiental.**

\_\_ No \_\_ Si, por favor especifique: \_\_\_\_\_.

**Soy estudiante foráneo.** *(Mi residencia permanente y mi familia están en otra ciudad).*

\_\_ Si \_\_ No

**Tipo de vivienda:** \_\_ Casa propia. \_\_ Casa o Departamento de renta.

**Mi carrera es:** \_\_\_\_\_

**Seleccione el área de su carrera:**

\_\_ Ciencias de la salud. *(Psicología, Medicina, Enfermería).*

\_\_ Ciencias sociales y humanidades. *(Derecho, Administración, Economía, Filosofía, Artes gráficas o escénicas).*

\_\_ Ciencias exactas. *(Ingeniería, Matemática, Biología, Química).*

**Actualmente cursa:** \_\_\_\_\_ semestre.

**Matricula:** \_\_\_\_\_.

	Mucho menor a \$9,000.00	Menor a \$9,000.00	Aproximadamente \$9,000.00	Mayor a \$9,000.00	Mucho mayor a \$9,000.00
El ingreso familiar es:	1	2	3	4	5

A continuación, lea cuidadosamente y marque con un círculo la respuesta con la cual se identifica. Para cada una debe responder la siguiente pregunta: ¿Cuán representado se siente Ud. con cada una de ellas? Considere una escala donde: 1 “Nada” (N) 2 “Poco” (P) 3 “Indiferente”(I) 4 “Bastante”(B) 5 “Mucho” (M)

¿Cuán representado (identificado) se siente usted...?	N	P	I	B	M
Con una persona que cree que <b>todos deben cuidar del medio ambiente.</b>	1	2	3	4	5
Con una persona que <b>respeto el medio ambiente</b> y que cree que debemos <b>vivir en armonía</b> con otros seres vivos.	1	2	3	4	5
Con una persona que considera importante <b>ayudar a quienes lo rodean.</b>	1	2	3	4	5
Con una persona que cree en el <b>trato igualitario</b> hacia todas las personas, incluso las que no conoce.	1	2	3	4	5
Con una persona que toma las decisiones y le gusta ser el <b>líder.</b>	1	2	3	4	5
Con una persona que considera importante <b>tener mucho dinero.</b>	1	2	3	4	5
Con una persona que considera importante tener <b>influencia</b> sobre la gente y sus acciones.	1	2	3	4	5

Nos gustaría saber su opinión acerca de ciertos temas ambientales. Por favor, califique el grado en que Ud. está de acuerdo con las siguientes afirmaciones, considerando:

1 “Totalmente en desacuerdo”(TD) 2 “Ligeramente en desacuerdo”(D) 3 “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”(N)  
4 “Ligeramente de acuerdo”(A) 5 “Totalmente de acuerdo”(TA)

¿Qué tan de acuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?	TD	D	N	A	TA
En el último tiempo, la <b>población ha crecido más rápido de lo que el planeta puede soportar.</b>	1	2	3	4	5
La Tierra posee <b>espacio y recursos muy limitados</b> (ej: como una nave espacial).	1	2	3	4	5
Los seres humanos tienen el <b>derecho de modificar</b> el medio ambiente para satisfacer sus propias necesidades.	1	2	3	4	5
Plantas y animales tienen el <b>mismo derecho</b> a vivir que los seres humanos.	1	2	3	4	5
La naturaleza es lo <b>suficientemente fuerte</b> como para soportar el impacto que genera el <b>estilo de vida moderno.</b>	1	2	3	4	5
El <b>equilibrio de la naturaleza</b> es <b>muy delicado</b> y se perturba fácilmente.	1	2	3	4	5
La mayoría de los problemas ambientales pueden ser resueltos mediante la aplicación de <b>más y mejor tecnología.</b>	1	2	3	4	5
Los seres humanos aprenderán lo suficiente sobre cómo funciona la naturaleza para ser capaces de <b>controlarla.</b>	1	2	3	4	5
El deterioro del medio ambiente <b>no es tan grave</b> como se suele decir.	1	2	3	4	5
Si las cosas siguen su <b>curso actual</b> , pronto experimentaremos un gran desastre medioambiental.	1	2	3	4	5
La protección del medio ambiente nos beneficia <b>a todos.</b>	1	2	3	4	5
La protección del medio ambiente <b>ayudará a todas las personas</b> a tener una mejor calidad de vida.	1	2	3	4	5
La protección del medio ambiente <b>proporcionará un mundo mejor</b> para mí y para mi familia.	1	2	3	4	5
El deterioro del medio ambiente <b>afecta a mi salud</b> directamente (ej: contaminación atmosférica).	1	2	3	4	5
Muchas veces el <b>deterioro del medio ambiente</b> generado en mi barrio afecta a las personas en todo el mundo.	1	2	3	4	5
Durante los <b>próximos 10 años</b> , miles de especies de plantas y animales se extinguirán.	1	2	3	4	5

<b>Toda persona</b> es responsable de la protección del medio ambiente.	1	2	3	4	5
El <b>gobierno</b> es el principal responsable de la protección del medio ambiente.	1	2	3	4	5
Las <b>empresas</b> son las principales responsables de reducir el deterioro del medio ambiente.	1	2	3	4	5
<b>¿Qué tan de acuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?</b>	<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
<b>Mi hogar</b> es responsable de reducir el deterioro del medio ambiente.	1	2	3	4	5
<b>Todos los hogares</b> son responsables de reducir el deterioro del medio ambiente.	1	2	3	4	5
<b>No estoy dispuesto a cooperar</b> para reducir el deterioro ambiental si los demás no hacen lo mismo.	1	2	3	4	5
Siento <b>la obligación moral</b> de proteger al medio	1	2	3	4	5
Los <b>problemas ambientales</b> no pueden ser ignorados.	1	2	3	4	5
Creo que es importante que las <b>personas protejan</b> el medio ambiente.	1	2	3	4	5
El <b>gobierno</b> debe exigir una mayor protección del medio ambiente.	1	2	3	4	5
Las <b>empresas</b> deben reducir su impacto en el deterioro del medio ambiente.	1	2	3	4	5

A continuación nos gustaría saber **CON QUÉ FRECUENCIA OCURREN LAS SIGUIENTES SITUACIONES.**  
Para ello, califique si las realiza o no, según una escala donde:

1 "Nunca" (N)      2 "Rara vez" (RV)      3 "A veces" (AV)      4 "Casi siempre" (CS)      5 "Siempre" (S)

<b>¿Con qué frecuencia...?</b>	<b>N</b>	<b>RV</b>	<b>AV</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>
Proteger el medio ambiente <b>encarece el costo de la vida.</b>	1	2	3	4	5
Proteger el medio ambiente <b>genera ahorros económicos para mi hogar.</b>	1	2	3	4	5
Proteger el medio ambiente <b>requiere tiempo y esfuerzo.</b>	1	2	3	4	5
En invierno, mantengo la calefacción encendida a un nivel tal que pueda vestir ropa ligera al interior de mi casa.	1	2	3	4	5
En invierno, dejo las ventanas abiertas durante largos períodos de tiempo para ventilar mi casa.	1	2	3	4	5
En invierno, apago la calefacción de mi casa por la noche.	1	2	3	4	5
En invierno, cuando salgo de mi casa por más de 30 minutos apago la calefacción.	1	2	3	4	5
Aprovecho al máximo la luz natural.	1	2	3	4	5
Apago las luces que no esté usando.	1	2	3	4	5
Desenchufo los electrodomésticos que no esté usando.	1	2	3	4	5
Compro detergentes biodegradables para lavar la ropa (de fácil disolución por bacterias).	1	2	3	4	5
Compro productos orgánicos (libres de químicos dañinos para la salud).	1	2	3	4	5
Compro pilas y baterías recargables.	1	2	3	4	5
Compro focos de ahorro energético.	1	2	3	4	5
Compro productos en envases retornables o reutilizables.	1	2	3	4	5
Luego de un día al aire libre dejo el lugar tan limpio como estaba cuando llegué.	1	2	3	4	5
Visito parques nacionales y/o reservas naturales.	1	2	3	4	5
Recolecto plantas, semillas y elementos naturales cuando visito áreas naturales.	1	2	3	4	5
Tengo mascotas.	1	2	3	4	5
Me preocupo de reparar rápidamente las llaves que gotean.	1	2	3	4	5
Dejo el agua de la ducha correr hasta que esté a una temperatura adecuada.	1	2	3	4	5
Me preocupo de cerrar la llave de agua cuando me lavo los dientes.	1	2	3	4	5
Espero tener una carga completa antes de lavar la ropa en la lavadora.	1	2	3	4	5
Me preocupo de tomar duchas cortas (menos de 5 minutos).	1	2	3	4	5
Contribuyo con tiempo o dinero a organizaciones ambientales.	1	2	3	4	5
Asisto a foros, seminarios, y otras actividades de debate ambiental.	1	2	3	4	5
Participo en manifestaciones públicas a favor del medio ambiente.	1	2	3	4	5
Sigo secciones ambientales en medios de comunicación (twitter, Facebook, radio, diarios, tv, etc.).	1	2	3	4	5

Denuncio cuando observo infracciones ambientales (como: quemas ilegales, ruidos molestos, etc.).	1	2	3	4	5
Conduzco para distancias cortas (menos de 10 cuadras) prefiero caminar o usar la bicicleta.	1	2	3	4	5
<b>¿Con qué frecuencia...?</b>	<b>N</b>	<b>RV</b>	<b>AV</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>
Comparto el automóvil.	1	2	3	4	5
Conduzco de tal manera de que el consumo de combustible sea el mínimo.	1	2	3	4	5
Me abstengo de usar el automóvil en días muy contaminados.	1	2	3	4	5
Para ir de compras, uso bolsas de tela en lugar de bolsas de plástico.	1	2	3	4	5
Reutilizo las bolsas plásticas (del supermercado).	1	2	3	4	5
Separo los restos de comida para producir abono o compostaje.	1	2	3	4	5
Separo las latas de bebida para su reciclaje.	1	2	3	4	5
Separo papeles y cartones para su reciclaje.	1	2	3	4	5
Separo envases de vidrio para su reciclaje.	1	2	3	4	5
Separo pilas y baterías para su reciclaje.	1	2	3	4	5
Separo aparatos electrónicos y eléctricos para su reciclaje.	1	2	3	4	5

Por favor, califique el grado en que Ud. está de acuerdo con las siguientes afirmaciones, considerando:

1 “Totalmente en desacuerdo”(TD)    2 “Ligeramente en desacuerdo”(D)    3 “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”(N)

4 “Ligeramente de acuerdo”(A)    5 “Totalmente de acuerdo”(TA)

<b>¿Qué tan de acuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?</b>	<b>TD</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	<b>A</b>	<b>TA</b>
Participare de las elecciones próximas.	1	2	3	4	5
Conozco a mis candidatos y sus propuestas.	1	2	3	4	5
Tengo decidido por quien votar.	1	2	3	4	5
Recuerdo por quien vote en las elecciones anteriores.	1	2	3	4	5
Es prioritario el tema medio ambiental para la elección de mi candidato.	1	2	3	4	5
Considero relevante el tema medio ambiental al elegir a mi candidato.	1	2	3	4	5
Considero importante seguir la actividad política de manera habitual.	1	2	3	4	5
En mi trabajo se habla de política abiertamente.	1	2	3	4	5
En mi familia se habla de política constantemente.	1	2	3	4	5
Con mis amigos discuto de política de manera objetiva.	1	2	3	4	5
Considero importante que el partido por el que votare tenga los mismos ideales que yo.	1	2	3	4	5

Muchas gracias, por su tiempo y su ayuda para contestar este cuestionario.



## Anexo 2

### Buenos días/tardes, estimado(a) alumno(a):

Este es un cuestionario anónimo, cuyo objetivo es conocer tu opinión frente a diferentes temáticas ambientales con fines educativos, en el cual tu participación es voluntaria.

Por favor, ¿serías tan amable de contestar el siguiente cuestionario? Su duración es de 12 a 15 minutos (aprox.).

La información que nos proporciones es completamente confidencial. Muchas gracias por tu colaboración.

Por favor contesta las siguientes preguntas sobre ti mismo(a).  
Marcando solo una respuesta o lo que se le indique.

\* Required

Edad \*

Your answer

Sexo \*

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

Soy estudiante foráneo. (Mi residencia permanente y mi familia están en otra ciudad). \*

- ☐ Si
- ☐ No

Tipo de vivienda \*

- ☐ Casa propia
- ☐ Casa o Departamento de renta

Seleccione el área de su carrera: \*

- ☐ Ciencias de la salud. (Psicología, Medicina, Enfermería).
- ☐ Ciencias sociales y humanidades. (Derecho, Administración, Economía, Filosofía, Artes gráficas o escénicas).
- ☐ Ciencias exactas. (Ingeniería, Matemática, Biología, Química).

El ingreso mensual familiar es: \*

- ☐ Mucho menor a \$9,000.00
- ☐ Menor a \$9,000.00
- ☐ Aproximadamente \$9,000.00
- ☐ Mayor a \$9,000.00
- ☐ Mucho mayor a \$9,000.00

NEXT

Page 1 of 4

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service - Additional Terms

Google Forms

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf0IxQ28WvWFWSID-Z-4ujmhnctTeUvFmgPdqv-B0VF65g\\_0w/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf0IxQ28WvWFWSID-Z-4ujmhnctTeUvFmgPdqv-B0VF65g_0w/viewform)